

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....Error! Bookmark not defined.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIANii

HALAMAN PENGESAHANError! Bookmark not defined.

**HALAMAN PRNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**.....Error! Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR..... vi

ABSTRAK.....viii

DAFTAR ISI..... x

BAB I..... 1

PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang..... 1

 1.2 Identifikasi dan pembatasan Masalah 5

 1.2.1 Identifikasi Masalah 5

 1.2.2 Pembatasan Masalah 5

 1.3 Perumusan Masalah 5

 1.4 Tujuan Penelitian 6

 1.5 Manfaat Penelitian 6

BAB II 7

TINJAUAN PUSTAKA 7

 2.1 Pengertian *Celebrity Endorser* 7

 2.1.1 Peran *Celebrity Endorser* 7

 2.1.2 Indikator *Celebrity Endorser* 8

2.2 Pengertian Harga 9

 2.2.1 Faktor Penetapan Harga 9

 2.2.2 Tujuan Penetapan Harga 10

 2.2.3 Tingkat Harga 11

2.3 Pengertian *Brand Awareness* 12

 2.3.1 Tingkatan *Brand Awareness* 12

 2.4 Pengertian Keputusan Pembelian 13

 2.4.1 Struktur Keputusan Pembelian 13

2.4.2	Proses Pembambilan Keputusan	14
2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	15
2.6	Hubungan Antar Variabel	23
2.7	Hipotesis	25
2.8	Model Penelitian	26
BAB III	27
3.1	Desain Riset	27
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	27
3.2.1	Jenis Data	27
3.2.2	Sumber Data.....	27
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel	28
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.4	Defenisi Operasional Variabel	29
3.5	Defenisi Variabel.....	29
Tabel 3 . 1 Operasional Variabel	31
3.6	Metode Analisis Data	34
3.7	Teknik Analisis Data	35
3.7.1	Uji Instrumen.....	35
3.7.2	Uji Hipotesis.....	36
3.7.2.1	Analisis Jalur (<i>Path Analyse</i>).....	36
3.7.2	Koofisien Determinasi (R²).....	39
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN	40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden	40
4.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	44
4.2.1	Uji Validitas.....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas	47
4.5	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	47
4.5.1	Analisi Jalur Tahap 1.....	47
4.5.2	Analisis Jalur Tahap 2.....	51
4.5.3	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	55

BAB V.....	58
PEMBAHASAN.....	58
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
5.1.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X_1) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Z)	58
5.1.2 Pengaruh Harga (X_2) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Z).....	59
5.1.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59
5.1.4 Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	60
5.1.5 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
5.1.6 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui <i>Brand Awareness</i> (Z).....	61
5.1.7 Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui <i>Brand Awareness</i> (Z)	62
5.2 Temuan Penelitian	62
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB VI.....	63
KESIMPULAN.....	63
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran	64
6.3 Implikasi Penelitian	64
Daftar Pustaka	66
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survei Produk AMDK Paling Populer Di Media Sosial	1
Tabel 1.2 Top Brand Index Produk Air Mineral	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Skala Interval	34
Tabel 3.3 Nilai Cronbach Alpha	36
Tabel 4.1 Berdasarkan JenisKelamin.....	40
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Berdasarkan PendidikanTerakhir.....	41
Tabel 4.4 Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.5 Berdasarkan Pengeluaran dalam sebulan.....	42
Tabel 4.6 Berdasarkan Frekuensi Membeli Dalam 1 Bulan Terakhir.....	43
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	44
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.9 Uji t Model 1.....	47
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi 1.....	48
Tabel 4.11 Uji f Model 1.....	51
Tabel 4.12 Uji t model 2.....	51
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.14 Uji f Model 2.....	53
Tabel 4.15 Hasil Penghitungan Pengaruh.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survey	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 3.1 Hubungan Kausal Substruktural 1.....	37
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Substruktural 2.....	38
Gambar 3.3 Jalur Hubungan Gabungan	39
Gambar 4.1 Analisis Jalur Tahap 1	50
Gambar 4.2 Analisi Jalur Tahap 2	53
Gambar 4.3 Analisi Jalur Tahap 1 dan 2	55