

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I - PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II - LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	8
2.1.1 Proses Keputusan Pembelian .....	9
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	9
2.1.3 Prilaku Pasca Pembelian.....	10
2.2 <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.2.1 Jenis-Jenis Endorser .....	11
2.2.2 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i> .....	11
2.3 Citra Merek .....	12
2.3.1 Manfaat Citra Merek .....	13
2.3.2 Dimensi Citra Merek .....	13
2.4 Iklan.....	14
2.4.1 Fungsi Iklan .....	14
2.4.2 Dimensi Iklan.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu .....	16

2.6	Hubungan Antar Variabel.....	18
2.6.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	18
2.6.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	19
2.6.3	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	19
2.6.4	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	19
2.7	Hipotesis .....	20
2.8	Model Penelitian .....	20
<b>BAB III – METODE PENELITIAN .....</b>		<b>21</b>
3.1	Desain Riset .....	21
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	21
3.2.1	Jenis Data.....	21
3.2.2	Sumber Data .....	22
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	22
3.3.1	Populasi .....	22
3.3.2	Sampel .....	22
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.4	Unit Analisis .....	23
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	23
3.6	Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1	Uji Instrumen .....	26
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.7	Uji Hipotesis .....	29
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	29
3.7.2	Uji F (Uji Simultan) .....	30
3.7.3	Uji t (Uji Parsial).....	30
3.7.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	31
<b>BAB IV - HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	32
4.2	Hasil Instrumen Data.....	34
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	38
4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB V - PEMBAHASAN.....</b>		<b>44</b>
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian .....	44

5.2	Temuan Penelitian.....	47
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	47
<b>BAB VI - PENUTUP.....</b>		<b>48</b>
6.1	Kesimpulan.....	48
6.2	Saran.....	48
6.3	Implikasi Penelitian.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>50</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>		<b>52</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Jumlah Penjualan *Smartphone* di Indonesia ..... 1  
Gambar 1.2. Pra Survey Tentang *Celebrity Endorser* Produk Vivo Smartphone... 4  
Gambar 1.3. Pra Survey Tentang Citra Merek Produk Vivo Smartphone ..... 4  
Gambar 1.4. Pra Survey Tentang Iklan Produk Vivo Smartphone ..... 5  
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian..... 8  
Gambar 2.2. Model Penelitian..... 19

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Top Brand Index Kategori Smartphone Tahun 2020 .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1. Skor Skala Likeart.....	20
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.3. Nilai <i>Cronbach Alpha</i> .....	27

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pra Survei ..... 33  
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian..... 34