

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Jenis Jenis Pemasaran.....	9
2.2 Citra Merk	9
2.2.1 Indikator Citra Merk.....	10
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merk	10
2.3 Harga.....	10
2.3.1 Pengertian Harga	10
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.3.3 Metode Penetapan Harga	11
2.3.4 Dimensi Harga	12
2.4 <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.4.1 Peran <i>Celebrity Endorser</i>	13
2.4.2 Faktor Faktor Pemilihan <i>Celebrity Endorser</i>	13
2.4.3 Keuntungan dan Resiko Menggunakan <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.5 Keputusan Pembelian.....	15
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.5.3 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	16
2.5.4 Dimensi Keputusan Pembelian	17
2.6 Penelitian Terdahulu	18
2.7 Hubungan Antar Variabel	22

2.7.1 Hubungan Citra Merk, Harga dan <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.7.2 Hubungan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.7.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7.4 Hubungan <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.8 Hipotesis Penelitian	23
2.9 Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Riset.....	25
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	25
3.2.1 Jenis Data.....	25
3.2.2 Sumber Data.....	25
3.3 Populasi, Sample, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	26
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.4 Unit Analisis Data.....	28
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1 Variabel Independen.....	28
3.5.2 Variabel Dependen.....	29
3.6 Operasional Variabel	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1 Ujian Instrumen Penelitian	31
3.7.2 Uji Validitas	31
3.7.3 Uji Reliabilitas	32
3.7.4 Uji Persyaratan Analisis Data	33
3.7.5 Uji Normalitas.....	33
3.7.6 Uji Multikolinearitas	34
3.7.7 Uji Heteroskedastisitas	34
3.7.8 Uji Autokoleritas.....	34
3.8 Uji Hipotesis.....	36
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.8.2 Uji F.....	36
3.8.3 Uji t.....	37
3.8.4 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
4.1 Karakteristik Responden	39
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.2.1 Hasil Uji Validitas	41
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	43
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data.....	44
4.3.1 Uji Normalitas.....	44
4.3.2 Uji Multikolinieritas	46
4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	46

4.3.4 Uji Autokorelasi	47
4.4 Analisis Data	48
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.4.2 Uji F.....	48
4.4.3 Uji t.....	49
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi	50
BAB V PEMBAHASAN.....	51
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
5.1.1 Pengaruh Citra Merk, Harga, dan <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian	51
5.1.2 Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian	51
5.1.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
5.1.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
5.2 Temuan Penelitian	53
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	53
BAB VI KESIMPULAN	54
6.1 Kesimpulan.....	54
6.2 Saran	54
6.3 Implikasi Penelitian	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	25
Tabel 3.2 Operasional Variabel	29
Tabel 3.3 Nilai Cronbach Alpha	33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4.3 Pendapatan Perbulan Responden.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Variabel Citra Merk.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Variabel Harga	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	47
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji t	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Smartphone 2019-2020	2
Gambar 1.2 Data Pra-Survey Citra Merk	4
Gambar 1.3 Data Pra-survey Harga	4
Gambar 1.4 Data Pra-Survey Celebrity Endorser	5
Gambar 1.5 Data Pra-Survey Keputusan Pembelian	5
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pra-Survey	59
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 3. Data Tabulasi Karakteristik Responden	66
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	67
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	70
Lampiran 6. Tabulasi Data 100 Responden	71
Lampiran 7. Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	75
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	77