

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Lembar Persetujuan</b> .....	ii
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	iii
<b>Abstract</b> .....	iv
<b>Abstrak</b> .....	v
<b>Kata Pengantar</b> .....	vi
<b>Daftar Isi</b> .....	viii
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xiii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	5
C. Perumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	9
B. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	11

C.	<i>Celebrity Endorser</i> (Dukungan Selebriti) .....	17
D.	<i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	20
E.	Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ) .....	25
F.	Penelitian Terdahulu .....	33
G.	Kerangka Berfikir Penelitian .....	34
H.	Model Penelitian .....	36
I.	Hipotesis .....	37
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
A.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
B.	Jenis dan Sumber Data .....	40
C.	Metode Pengumpulan Data .....	42
D.	Populasi dan Sampel .....	43
E.	Metode Analisis Data .....	45
F.	Definisi Operasional Variabel .....	50
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A.	Gambaran Umum Perusahaan .....	54
1.	Sejarah PT. Unilever Indonesia Tbk .....	54
2.	Visi dan Misi PT. Unilever Indonesia Tbk .....	56
B.	Karakteristik Responden .....	57
<b>BAB V</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
B.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
C.	Uji Hipotesis .....	69

D. Pembahasan .....	70
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1.1 <i>Top Brand Index</i> Produk Shampo .....	4
2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
3.1 <i>Skala Likert</i> .....	42
3.2 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	47
3.3 Operasional Variabel Penelitian .....	52
4.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden .....	58
4.2 Pekerjaan Responden .....	59
4.3 Pengeluaran Rutin Responden dalam Setiap Bulan .....	59
4.4 Lama Penggunaan Shampo Clear .....	60
4.5 Berapa Kali Melakukan Pembelian Shampo Clear dalam setiap Bulan. dan Ukuran Shampo Clear yang Sering Digunakan .....	61
4.6 Berapa Kali Melihat Tayangan Iklan Shampo Clear yang di <i>Endorse</i> oleh Agnes Monica dalam Sehari .....	61
5.1 Hasil Uji Validitas <i>Try Out</i> Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand</i> <i>Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	64
5.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Try Out</i> Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand</i> <i>Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	67
5.3 Koefisien Regresi .....	68
5.4 Uji Simultan (f-test) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	28
2.2 Kerangka Berfikir Penelitian .....	35
2.3 Model Penelitian .....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>		<b>Halaman</b>
1	Kuesioner .....	82
2	Tabulasi Data <i>Try Out</i> 30 Responden .....	86
3	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas <i>Try Out</i> 30 Responden .....	87
4	Karakteristik Responden .....	90
5	Tabulasi Data 150 Responden .....	93
6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	97