

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Periklanan.....	10
1. Pengertian Iklan.....	10
2. Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	11
3. Jenis Periklanan.....	13
4. Televisi sebagai Media Iklan.....	14
B. <i>Celebrity Endorser</i>	16
C. Citra Merek.....	22
D. Keputusan Pembelian.....	30
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	31
3. Peranan dalam Keputusan Pembelian.....	34
4. Proses Keputusan Pembelian.....	35
E. Penelitian Terdahulu.....	41
F. Model dan Kerangka Pikir Penelitian.....	43
G. Hipotesis.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
B. Jenis dan Sumber Data.....	46
C. Populasi Dan Sampel.....	48
D. Metode Pengumpulan Data.....	49

E. Metode Analisis Data.....	50
F. Definisi Operasional Variabel.....	60
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN RESPONDEN	
A. Profil Perusahaan.....	63
B. Profil Responden.....	67
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
1. Uji Validitas.....	73
2. Uji Reliabilitas.....	77
B. Path Analysis.....	78
1. Analisis Jalur Tahap I.....	78
2. Analisis Jalur Tahap II.....	81
3. Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap I.....	85
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92