

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Pembatasan Masalah	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran	9
2.1.1. Periklanan	10
2.2. <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.3. Minat Beli	26
2.4. Penelitian sebelumnya	30
2.5. Hubungan antar Variabel	32
2.6. Hipotesis	34
2.7. Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Riset	37
3.2. Jenis dan Sumber Data	37
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.4. Unit Analisis	41
3.5. Definisi Operasional Variabel	41
3.6. Teknik Analisis Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	50
4.1.1. Deskriptif Data/Karakteristik Responden	50
4.1.2. Hasil Penelitian	53
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.3. Temuan Penelitian	66
4.4. Keterbatasan Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69
5.3. Implikasi Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	72