

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	7
C. Perumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Periklanan.....	12
--------------------	----

1. Pengertian Periklanan.....	12
2. Tujuan Periklanan.....	16
B. Selebriti.....	18
1. Pengertian Selebriti.....	18
2. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	19
3. Jenis-jenis <i>Celebrity Endorser</i>	21
4. Evaluasi penggunaan selebriti dalam iklan.....	22
5. Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	23
6. Pemilihan Selebriti Pendukung.....	25
7. Profil Raisa Andriana.....	26
C. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	33
1. Pengertian Citra Merek.....	33
2. Manfaat Merek.....	38
D. Minat Beli.....	39
1. Pengertian Minat Beli.....	39
2. Hierarchy of effect (AIDA).....	43
3. Unsur-Unsur Minat Beli.....	46
4. Faktor Pembentuk Minat Beli.....	47
E. Penelitian Terdahulu.....	48
F. Model dan Kerangka Pikir Penelitian	53
G. Hipotesis Penelitian.....	55

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
B. Jenis dan Sumber Data.....	60
C. Populasi dan Sampel.....	62
D. Metode Pengumpulan Data.....	64
E. Metode Pengolahan Data.....	64
1. Analisis Faktor dengan Uji Validitas.....	64

2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
3. Uji t.....	68
4. Uji f.....	68
5. Koefisien Determinasi.....	69
6. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	69
7. Uji Deteksi Pengaruh Mediasi (Intervening).....	75
F. Definisi Operasional Variabel.....	76
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	83
B. Karakteristik Responden.....	91
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	98
- Uji Validitas.....	98
- Uji Reliabilitas.....	107
B. Path Analysis.....	108
- Analisis Jalur Tahap I.....	109
- Analisis Jalur Tahap II.....	112
- Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	116
C. Penentuan Perhitungan Pengaruh Mediasi.....	120
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN	

