

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
ABSTRACK	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Pemasaran	12
2. Pengertian manajemen pemasaran	13
3. Perilaku Konsumen	17
4. <i>Celebrity Endorser</i>	19
5. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	22
6. <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	26
7. Minat Beli	32
8. Penelitian Terdahulu	35
B. Rerangka pemikiran	37
C. Hipotesis Penelitian	39

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	42
1. Pengertian Variabel.....	42
2. Definisi Operasional Variabel.....	43
D. Pengukuran Variabel.....	45
E. Populasi dan Sampel.....	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Metode Analisis Data.....	49
1. Uji Instrumen	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	50
H. Analisis Regresi Linier Berganda	53
I. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	56
A. Gambaran Umum.....	56
B. Karakteristik Responden.....	57
1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
2. Deskripsi responden berdasarkan usia.....	58
3. Deskripsi responden berdasarkan uang saku perbulan.....	59
C. Hasil uji statistik deskriptif.....	59
a. Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i>	60
b. Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	61
c. Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Word Of Mouth</i>	62
d. Hasil Uji Statistik Deskriptif Minat Beli.....	63
D. Hasil Uji Kualitas Data	63
a. Uji Validitas	63
b. Uji reliabilitas.....	67

E. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
F. Analisis Regresi Linier Berganda	72
G. Hasil Uji hipotesis.....	73
1. Koefisien Determinasi R Square.....	73
2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	74
3. Hasil uji signifikan parsial (Uji T)	74
H. Pembahasan Hasil Penelitian	76
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	76
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.	77
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
A. Simpulan	80
B. Saran	80
1) Bagi Perusahaan.....	80
2) Bagi penelitian selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA