

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
Lembar Pernyataan Karya Sendiri .....	iii
Lembar Persetujuan Skripsi .....	iv
Lembar Lulus Sidang Skripsi.....	v
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi .....	vi
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Periklanan sebagai salah satu kegiatan komunikasi .....	15
<b>2.2.1 Fungsi Periklanan .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.1 Unsur – Unsur Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3.2 Periklanan .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.3 Klasifikasi Periklanan .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.4 Fungsi Periklanan .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Selebriti Endorser.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4.1 Definisi Selebriti Endorser .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4.2 Faktor-Faktor Penggunaan Endorser .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4.3 Jenis Endorser .....</b>	<b>29</b>

2.4.4	<b>Karakteristik Selebriti Endorser .....</b>	<b>30</b>
2.5	<b>Brand Image .....</b>	<b>33</b>
2.5.1	<b>Definisi Brand Image .....</b>	<b>33</b>
2.6	<b>Elemen – elemen Produk Jasa .....</b>	<b>37</b>
2.6.1	Definisi Jasa .....	37
2.6.2	Dimensi Kualitas Jasa .....	40
2.7	<b>E-Commerce .....</b>	<b>43</b>
2.8	<b>Hipotesis .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB III.....</b>		<b>48</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
3.1	<b>Paradigma Penelitian .....</b>	<b>48</b>
3.2	<b>Metode Penelitian .....</b>	<b>48</b>
3.3	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>49</b>
3.3.1	Populasi.....	49
3.3.2	Sampel.....	51
3.4	<b>Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....</b>	<b>52</b>
3.4.1	Definisi Konsep.....	52
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	53
3.5	<b>Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>55</b>
3.5.1	Validitas .....	56
3.5.2	Reliabilitas .....	62
3.6	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>63</b>
3.7	<b>Teknik Analisa Data.....</b>	<b>64</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>71</b>
4.1	<b>Gambaran Umum Obyek Penelitian .....</b>	<b>71</b>
4.1.1	Sejarah Umum PT Shopee Internasional Indonesia.....	71
4.1.2	Visi dan Misi PT. Shopee Internasional Indonesia .....	73
4.1.3	Iklan Shopee .....	74
4.1.4	Endorser Prilly Latuconsina .....	74
4.2	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>75</b>
4.2.1	Identitas Responden.....	75

<b>4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Pengaruh Penggunaan <i>Celebrity</i> <i>Endorser</i>).....</b>	<b>77</b>
<b>4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y (Brand Image).....</b>	<b>87</b>
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>90</b>
<b>4.3.1 Hasil Analisis Korelasi.....</b>	<b>91</b>
<b>4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (KD) .....</b>	<b>92</b>
<b>4.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....</b>	<b>93</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>96</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>96</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>96</b>
<b>5.2.1 Akademis .....</b>	<b>96</b>
<b>5.2.2 Praktis.....</b>	<b>97</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>