

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>  | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>  | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>  |             |
| A. Latar Belakang Penelitian.....   | 1           |
| B. Rumusan Masalah Penelitian .....   | 9           |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....  | 9           |
| 1. Tujuan Penelitian.....   | 9           |
| 2. Kontribusi Penelitian .....  | 9           |
| a. Kontribusi Akademik .....  | 9           |
| b. Kontribusi Praktik .....   | 10          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN<br/>PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> |             |
| 1. Kajian Pustaka .....   | 11          |
| A. Manajemen Pemasaran.....   | 11          |
| B. Perilaku Konsumen .....  | 12          |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumen .....   | 12          |
| 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi<br>perilaku pembelian perilaku konsumen .....  | 13          |
| a. Faktor Kebudayaan .....  | 13          |
| b. Faktor Sosial .....  | 13          |
| c. Faktor Pribadi .....   | 13          |
| d. Faktor Psikologis .....  | 13          |
| C. Keputusan Pembelian .....  | 15          |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian .....   | 15          |
| 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan<br>Pembelian .....                   | 21          |
| 3. Dimensi Keputusan Pembelian .....  | 21          |
| 4. Indikator Keputusan Pembelian .....  | 22          |
| D. Harga .....  | 23          |
| 1. Pengertian Harga .....   | 23          |
| 2. Dimensi Harga .....  | 23          |
| 3. Indikator Harga .....  | 24          |

|    |   |    |
|----|---|----|
| E. | Citra Merek .....                                     | 25 |
| 1. | Pengertian Citra Merek .....                          | 25 |
| 2. | Dimensi citra merek .....                             | 26 |
| 3. | Indikator Citra Merek .....                           | 26 |
| F. | Celebrity Endorser .....                              | 27 |
| 1. | Pengertian Celebrity Endorser .....                   | 27 |
| 2. | Peran Celebrity Endorser .....                        | 28 |
| 3. | Dimensi Celebrity Endorser .....                      | 30 |
| G. | Kajian Riset Terdahulu .....                          | 31 |
| 2. | Rerangka Konseptual .....                             | 35 |
| A. | Harga terhadap Keputusan Pembelian .....              | 35 |
| B. | Citra merek terhadap Keputusan Pembelian .....        | 36 |
| C. | Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian ..... | 37 |
| 3. | Rerangka Pemikiran .....                              | 38 |
| 4. | Pengembangan Hipotesis Penelitian .....               | 38 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|    |   |    |
|----|---|----|
| A. | Waktu dan Tempat Penelitian .....                   | 40 |
| B. | Desain Penelitian .....                             | 40 |
| C. | Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....        | 41 |
| D. | Populasi dan Sampel Penelitian.....                 | 45 |
| E. | Teknik Pengumpulan Data .....                       | 47 |
| F. | Metode Analisis.....                                | 48 |
| 1. | Merancang Model Pengukuran (Outer Model) .....      | 50 |
| 2. | Merancang Model Struktural (Inner Model) .....      | 52 |
| 3. | Konverensi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan.....   | 53 |
| 4. | Estimasi : Weight, koefisien Jalur dan Loading..... | 54 |
| 5. | Evaluasi Goodness of Fit.....                       | 54 |
| 6. | Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping) .....      | 55 |

### **BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

|    |   |    |
|----|---|----|
| A. | Hasil Uji Statistik Deskriptif .....                                  | 56 |
| 1. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                        | 56 |
| 2. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....                  | 57 |
| 3. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....                  | 58 |
| 4. | Deskripsi Jawaban Responden .....                                     | 58 |
| B. | Metode Analisis Data .....  | 60 |
| C. | Pembahasan Hasil Penelitian .....                                     | 75 |
| 1. | Hubungan Antara Harga terhadap Keputusan Pembelian .....              | 75 |
| 2. | Hubungan Antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....        | 76 |
| 3. | Hubungan Antara Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian ..... | 77 |

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| A. Simpulan.....            | 79        |
| B. Saran.....               | 80        |
| 1. Saran Praktis .....      | 80        |
| 2. Saran Teoritis .....     | 81        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>83</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>        | <b>86</b> |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA