

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</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>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....</b>	<b>6</b>
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kontribusi Penelitian .....	7

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

<b>A. Kajian Pustaka .....</b>	<b>8</b>
1. Manajemen Pemasaran .....	8
a. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
b. Unsur Bauran Pemasaran .....	9
2. Celebrity Endorser .....	12
a. Pengertian Celebrity Endorser .....	12
b. Jenis Pendukung Endorser .....	13
c. Dimensi Celebrity Endorser .....	14

3. Kualitas Produk.....	16
a. Pengertian Kualitas Produk.....	16
b. Klasifikasi Produk .....	17
c. Dimensi Kualitas Produk.....	19
4. Keputusan Pembelian .....	21
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
b. Proses Keputusan Pembelian.....	21
c. Faktor Yang Memhubungani Perilaku Pembelian .....	23
d. Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
5. Penelitian Terdahulu .....	26
<b>B. Rerangka Pemikiran.....</b>	<b>28</b>
<b>C. Hipotesis .....</b>	<b>29</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian.....</b>	<b>31</b>
1. Waktu Penelitian.....	31
2. Tempat Penelitian.....	31
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>C. Definisi dan Operasional Variabel .....</b>	<b>33</b>
1. Definisi Variabel.....	33
2. Operasional Variabel.....	34
<b>D. Skala Pengukuran .....</b>	<b>38</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>39</b>
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
<b>F. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>41</b>
<b>G. Metode Analisis.....</b>	<b>41</b>

1. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS.....	42
--	----

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Gambaran Objek Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>B. Hasil Uji Deskriptif .....</b>	<b>48</b>
1. Karakteristik Profil Responden.....	48
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	48
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..	51
<b>C. Deskripsi Jawaban Responden .....</b>	<b>52</b>
1. Variabel Celebrity Endorser .....	52
2. Variabel Kualitas Produk .....	53
3. Variabel Keputusan Pembelian.....	54
<b>D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....</b>	<b>54</b>
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model) .....	55
2. Uji Reliabilitas .....	63
3. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model) .	64
<b>E. Pembahasan.....</b>	<b>68</b>
1. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

<b>A. SIMPULAN .....</b>	<b>70</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>70</b>

**DAFTAR PUSTAKA** ..... 73

**LAMPIRAN**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA