

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian	12
2. Kontribusi Penelitian	13
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	15
A. KAJIAN PUSTAKA	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Perilaku Konsumen.....	20
3. <i>Celebrity Endorser</i>	22
4. <i>Brand Image</i>	25
5. Persepsi Harga	30
6. Minat Beli	34
7. Penelitian terdahulu	37
8. Hubungan Antar Variabel.....	38
9. Hipotesis penelitian	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42

A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	43
1. Definisi Variabel.....	43
2. Definisi Operasional Variabel	44
D. Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi Penelitian	46
2. Sampel Penelitian	47
F. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Metode Analisis	49
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	49
2. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS	50
3. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	52
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Statistik Deskriptif	57
1. Jenis Kelamin	57
2. Usia.....	58
3. Pekerjaan	59
4. Pendapatan Perbulan.....	60
C. Deskriptif Jawaban Responden	61
1. <i>Celebrity Endorser</i>	61
2. <i>Brand Image</i>	62
3. Persepsi Harga	63
4. Minat Beli	64
D. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS)	64
1. Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>)	65
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	72
E. Pembahasan	77
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli	77

2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	77
3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	78
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	82
1.	Saran Untuk Bandung Makuta <i>Cake</i>	82
2.	Saran untuk penelitian selanjutnya	84
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR LAMPIRAN	91