

Daftar Isi

ABSTRAK.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar	vi
Daftar Tabel	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.3 Hipotesis Teori	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	36
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisa Data	47
3.8 Hipotesa Statistik	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.2 Uji validitas dan realibilitas	58
4.3 Hasil Penelitian.....	60

4.4	Analisis statistik deskriptif.....	64
4.5	Pembahasan.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Simpulan	92
5.2	Saran	93
Daftar Pustaka.....		94
Lampiran I Struktur Organisasi Hansamo		97
Lampiran II Lembar Kuisisioner		98
Lampiran III Tabulasi Data Score.....		100
Lampiran IV Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Endorser Selebriti (X) dan Minat Beli (Y)		106
Lampiran V Analisis Deskriptif Variabel X dan Varibel Y		111
Lampiran VI Uji Korelasi		122
Lampiran VII Uji Regresi Linier dan Uji T.....		123
Lampiran VIII Curriculum Vitae.....		124

