

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL .....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Kerangka Penelitian .....	12
1.6 Hipotesis .....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	15
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	16
2.2 Periklanan .....	16
2.2.1 Fungsi Periklanan .....	17
2.3 Penggunaan Selebriti Dalam Iklan.....	19
2.3.1 Sejarah Pendahuluan Selebriti Pendukung .....	19
2.3.2 Karakteristik Selebriti Pendukung .....	19
2.3.3 Definisi Selebriti Pendukung .....	20
2.4 Tujuan Penggunaan Selebriti Dalam Mempengaruhi Keputusan .....	21
2.4.1 Membentuk <i>Personality</i> Merek .....	21
2.4.2 Membentuk <i>Image</i> Atau Asosiasi Merek Oleh Konsumen .....	22
2.4.3 Meningkatkan Nilai Merek Produk .....	22
2.4.4 Membangun Proses Citra Diri Pada Konsumen .....	22
2.4.5 Selebriti Sebagai <i>Endorser</i> .....	23

2.5 Prilaku Konsumen Dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.5.1 Prilaku Konsumen.....	23
2.5.2 Keputusan Pembelian .....	25
2.6 Hubungan Antar Variable.....	26
2.7 Kajian Penelitian Terdahulu .....	26

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	30
3.2.1 Jenis Data.....	30
3.2.2 Sumber Data .....	31
3.3 Populasi Dan Sampel .....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Variabel Penelitian.....	34
3.6 Uji Validitas Dan Reabilitas .....	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reabilitas .....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Analisis Kualitatif.....	38
3.7.2 Analisis Kuantitatif.....	39
3.8 Uji Hipotesis .....	40
3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	40
3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	40

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	42
4.2 Pelaksanaan <i>Pre-Test</i> .....	44
4.3 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas .....	44
4.3.1 Uji Validitas.....	44
4.3.2 Uji Reabilitas .....	45
4.4 Analisis Kualitatif .....	46
4.4.1 Hasil Analisis Variabel Demografi.....	47
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	49
4.5.1 Variabel Daya Tarik.....	49
4.5.2 Variabel Kepercayaan.....	50
4.5.3 Variabel Keahlian .....	51
4.5.4 Tanggapan Tentang Keputusan Pembelian.....	52

4.6 Analisis Kuantitatif .....	53
4.6.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	53
4.6.2 Uji Koefisien Regresi Secara Menyeluruh (Uji F) .....	55
4.6.3 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	56
4.7 Pembahasan Uji Regresi .....	58

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	60

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN