

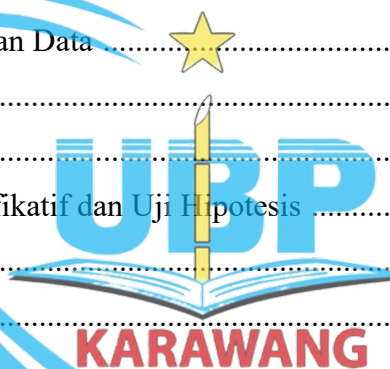
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.iii
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	Error! Bookmark not defined.v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	6iv
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian Manajemen	12
2.1.1 Kegiatan Dalam Fungsi Manajemen	12
2.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.3 <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.3.2 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.4 <i>Brand Image</i>	15

2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.4.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	16
2.5 Keputusan Pembelian	17
2.5.1 Dimensi Keputusan Pembelian	19
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Pemikiran	21
2.7.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.7.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.7.3 Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan pembelian	23
2.8 Hipotesis Penelitian	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.2.1 Lokasi Penelitian	26
3.2.2 Waktu Penelitian	26
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	27
3.3.1 Definisi Variabel	27
3.3.2 Operasional Variabel	28
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1 Sumber Data	30
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel Penelitian	31
3.5.3 Teknik Sampling	33
3.5.4 Instrumen Penelitian	34
3.6 Pengujian Keabsahan Data	35
3.6.1 Uji Instrumen	35
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	37



3.7 Rancangan Analisis	38
3.7.1 Analisis Deskriptif	38
3.7.2 Analisis Linear Berganda	40
3.7.3 Koefisien Determinasi	40
3.8 Uji Hipotesis	41
3.8.1 Uji t (Parsial)	41
3.8.2 Uji F (Simultan)	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Butik Faris Fashion Karawang	43
4.1.2 Profil Responden	45
4.1.3 Hasil Pengujian Keabsahan Data	46
4.1.4 Transformasi Data	52
4.1.5 Analisis Deskriptif	52
4.1.6 Uji Model, Analisis Verifikatif dan Uji Hipotesis	57
4.2 Pembahasan Penelitian.....	60
4.2.1 Pembahasan Deskriptif	60
4.2.2 Pembahasan Verifikatif	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk yang diminati Mahasiswi Manajemen 2017	2
Tabel 1.2 Daftar Akun Instagram <i>Celebrity Endorser</i> Butik Faris Fashion	4
Tabel 1.3 Butik yang sering dikunjungi Mahasiswi Manajemen 2017	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	26
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3.3 Jumlah Populasi	32
Tabel 3.4 Jumlah Sampel <i>Cluster Random Sampling</i>	33
Tabel 3.4 Skala Likert	33
Tabel 4.1 Jenis Produk	41
Tabel 4.2 Profil Responden	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.8 Skala Likert	48
Tabel 4.9 Kategori Nilai Mean	49
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Item Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	49
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Item Variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	54
Tabel 4.16 Hasil Uji f (Simultan)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Setelah Memakai <i>Celebrity Endorser</i>	4
Gambar 1.2 Celebrity Endorser Butik Faris Fashion Karawang	5
Gambar 1.2 Keputusan Pembelian Responden	7
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	22
Gambar 3.1 Desain Penelitain	24
Gambar 4.1 Logo Butik Faris Fashion Karawang	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	78
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	83
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	88
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	93
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	96
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	102
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	103
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	104
Lampiran 11 Transformasi Data (MSI) Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	105
Lampiran 12 Transformasi Data (MSI) Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	109
Lampiran 13 Transformasi Data (MSI) Variabel Keputusan Pembelian (Y)	113
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi	117
Lampiran 15 Surat Keterangan Lulus Pengecekan Tuntutan	118
Lampiran 16 Riwayat Hidup	119