

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1 Maksud Penelitian.....	14
1.3.2 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Praktis	15
1.4.2 Kegunaan Akademis	15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	16
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	16
1.5.2 Waktu Penelitian.....	17
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.1.1.1 Definisi <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.1.1.2 Faktor dalam Pemilihan <i>Celebrity Endorser</i>	19
2.1.1.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	20
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	22

2.1.2.1 Definisi <i>Brand Trust</i>	22
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	23
2.1.3 <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	23
2.1.3.1 Definisi <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	23
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i>	24
2.1.3.1 Indikator <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	25
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran	30
2.2.1 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31
2.2.2 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31
2.2.3 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32
2.3 Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.2.1 Desain Penelitian	37
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	40
3.2.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.3.1 Sumber Data.....	44
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.4.1 Uji Validitas	50
3.2.4.2 Uji Reliabilitas	53
3.2.4.3 Uji MSI	55
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	57
3.2.5.1 Rancangan Analisis	57
3.2.5.2 Analisa Deskriptif (Kuantitatif)	58
3.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....	59
3.2.5.4 Pengujian Hipotesis.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	70
4.1.1 Beauty Haul Indonesia.....	70
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	70
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	70
4.1.1.3 Struktur Organisasi BeautyHaul.Indo Cihampelas Walk	71
4.1.2 Somethinc	71
4.1.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	71
4.1.2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	72
4.2 Karakteristik Responden	72
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.3 Analisis Deskriptif	76
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X ₁).....	77
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X ₂)	86
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	94
4.4 Analisis Verifikatif.....	101
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	102
4.4.2 Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda.....	108
4.4.3 Analisis Korelasi	111
4.5.3.1 Analisis Korelasi Simultan.....	111
4.5.3.2 Analisis Korelasi Parsial	113
4.4.4 Koefisien Determinasi.....	114
4.5 Pengujian Hipotesis.....	117
4.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T).....	117
4.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran.....	114
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR PUSTAKA 139