DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

MOTTO ..... **iii**

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xx**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxiii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi Masalah 5

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.3.1. Maksud Penelitian 6

1.3.2. Tujuan Penelitian 6

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian 6

1.4.1. Kegunaan Operasional 7

1.4.2. Kegunaan Pengembangan Ilmu 7

1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis..... 8

1.5.1. Kerangka Pemikiran 8

1.5.2. Hipotesis..... 16

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Periklanan 17

2.1.1. Pengertian Periklanan 17

2.1.2. Sifat Periklanan 18

2.1.3. Fungsi Periklanan 19

2.1.4. Keuntungan dan Kerugian Periklanan 20

2.2. *Endorser* 21

2.2.1. Pengertian *Endorser* 21

2.2.2. *Celebrity Endorser* 22

2.2.3. *Typical Person Endorser* 22

2.2.4. Atribut *Celebrity Endorser*..... 23

2.3. Keputusan Pembelian Konsumen 25

2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen..... 26

2.3.2. Tipe-Tipe Perilaku Pembelian 26

2.3.3. Tahap Keputusan Pembelian Konsumen..... 28

2.4. Hubungan *Celebrity Endorser* dengan Keputusan Pembelian Konsumen..... 31

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian 33

3.2. Metode Penelitian 33

3.2.1. Desain Penelitian 33

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian 35

3.2.3. Metode Penarikan Sampel 39

3.2.3.1. Populasi 39

3.2.3.2. Sampel 39

3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data..... 40

3.2.4.1. Jenis dan Sumber Data 40

3.2.4.2. Teknik Pengumpulan Data 40

3.2.5. Metode Analisis dan Rancangan Pengujian Hipotesis 42

3.2.5.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen 42

3.2.5.2. Analisis Kualitatif 43

3.2.5.3. Analisis Kuantitatif 45

3.2.5.4. Rancangan Pengujian Hipotesis 50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan 53

4.1.1. Sejarah Singkat *Distro Black ID* Bandung..... 53

4.1.2. Mekanisme Kerja *Distro Black ID* Bandung Dalam Kegiatan *Endorsement* 55
4.1.3. Struktur Organisasi *Distro Black ID* Bandung 56
4.1.4. Deskripsi Jabatan 58
4.1.4.1. Produksi 58
4.1.4.2. Personalia 59
4.1.4.3. Marketing 59
4.1.4.4. Keuangan 61
4.1.4.5. Gudang 62
4.1.4.6. Keamanan 64
4.2. Pembahasan Penelitian 65
4.2.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 65
4.2.1.1. Hasil Uji Validitas 65
4.2.1.2. Hasil Uji Reliabilitas 67
4.2.2. Karakteristik Responden 69
4.2.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 69
4.2.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 71
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 73
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan 75

4.2.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Perbulan 76
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap *Celebrity Endorser* Pasha "Ungu" sebagai *Endorser* produk *Distro Black ID* Bandung .. 78
4.2.3.1. *Attractiveness* (Kemenarikan) 78
4.2.3.2. *Credibility* (Kepercayaan)..... 90
4.2.4 Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Distro Black ID* Bandung 96
4.2.5 Pengaruh *Celebrity Endorser* Pasha "Ungu" Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Distro Black ID* Bandung 110
4.2.5.1 Analisis Korelasi 110
4.2.5.2 Koefisien Determinasi 111
4.2.5.3 Pengujian Hipotesis 112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan.....116
5.2. Saran.....118
DAFTAR PUSTAKA 120
LAMPIRAN – LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP