

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Theory Behaviour.....	16
2.2 Manajemen Pemasaran .....	17
2.3 Celebrity Endorser.....	18
2.4 Minat Beli.....	20
2.5 Penelitian Terdahulu.....	25
2.6 Kerangka Pikir.....	24
2.7 Hipotesis.....	25

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Sumber Data .....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	28
3.5 Variabel Penelitian .....	29
3.6 Operasional Variabel.....	29
3.7 Uji Prasyarat Instrumen .....	31
3.8 Uji Metode Analisis Data .....	34

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Demografi Responden Penelitian.....	37
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.3 Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	44
4.4 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	48
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>R-Square</i> .....	51
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	51
4.8 Pembahasan .....	53

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Smartphone Vendor Sales And Marketshare 2015 – 2019.....	3
2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
3.1	Skala Model Likert .....	51
3.2	Definisi Operasional Variabel .....	54
3.3	Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi .....	57
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	64
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan iPhone .....	65
4.5	Hasil Jawaban Responden tentang Inovasi .....	65
4.6	Hasil Jawaban Responden tentang <i>Brand Reputation</i> .....	66
4.7	Hasil Jawaban Responden tentang <i>Hedonism Lifestyle</i> .....	67
4.8	Hasil Jawaban Responden tentang Keputusan Pembelian .....	68
4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Inovasi .....	69
4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Reputation</i> .....	69
4.11	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Hedonism Lifestyle</i> .....	70
4.12	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	70
4.13	Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi .....	71
4.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi, <i>Brand Reputation</i> , <i>Hedonism Lifestyle</i> , dan Keputusan Pembelian .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.1	Grafik Pembelian Iphone tahun 2020-2022 .....	2
2.1	Kerangka Pemikiran .....	46
2.2	Kerangka Penelitian .....	47
4.1	Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Uji Normality Probability Plot</i> .....	72