

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 <i>Theory Of Reason Action</i>	13
2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.3 Kualitas Produk.....	16
2.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Pemikiran.....	27
2.7 Kerangka Penelitian	28
2.8 Bangunan Hipotesis	28
2.8.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian..	28
2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	29
2.8.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	30

BAB III	METODE PENELITIAN	32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Sumber Data.....	32
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel.....	34
3.5	Variabel Penelitian.....	35
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	37
3.7.1	Uji Validitas	37
3.7.2	Uji Reliabilitas	37
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	38
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	38
3.8.2	Uji Linearitas Sampel.....	38
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	39
3.9	Metode Analisis Data.....	39
3.9.1	Analisis Regresi Liniear Berganda.....	39
3.10	Pengujian Hipotesis.....	40
3.10.1	Uji Parsial (Uji t).....	40
3.10.2	Uji Simultan (Uji f)	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Deskripsi Data.....	42
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	43
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	47
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	47
4.2.2	Hasil Uji Realibilitas	48
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	49
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	49
4.3.2	Hasil Uji Linearitas	50
4.3.3	Hasil Uji Multikolinieritas	50
4.4	Hasil Analisis Data	51
4.4.1	Hasil Uji Regresi Liniear Berganda	51
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	52
4.5.1	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	52
4.5.2	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f).....	53
4.6	Pembahasan	54
4.6.1	Pembahasan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Minat Beli... 54	54

4.6.2	Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Minat Beli.....	55
4.6.3	Pengaruh <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Minat Beli	56
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN.....	64