

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL BELAKANG	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	10
1.3.2 Ruang Lingkup objek	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	10
1.4 Tujuan penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Bagi Penulis	11

1.5.2 Bagi Perusahaan	11
1.5.3 Bagi Intitusi	11
1.6 Sistematika Penulisan	11

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Consumers Behavior	13
2.1.1 Faktor-faktor Prilaku Konsumen	14
2.1.2 AIDMA DAN AISAS	15
2.1.3 Male Consumers Behavior	17
2.2 Celebrity Endorsments	18
2.2.1 Peran Celebrity Endorser	19
2.2.2 Jenis-Jenis Endorser	20
2.2.3 Tujuan Menggunakan Celebrity Endorser	21
2.2.4 Dimensi Celebrity Endorsment	22
2.3 Hubungan Celebrity endorsments dengan Consumer Behavior	22
2.4 Penelitian Terdahulu	24
2.5 Kerangka Pikir	25
2.6 Perumusan Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	27
3.2 Sumber data	27
3.2.1 Data primer	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel	29
3.5 Variabel Penelitian	30
3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	30
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	31

3.6 Definisi Operasional Variabel	31
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	32
3.7.1 Uji Validitas Instrumen	32
3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen	33
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	34
3.8.1 Uji Normalitas Data	34
3.8.2 Uji Linieritas 34	35
3.9 Metode Analisis Data	35
3.9.1 Regresi Linier Sederhana	35
3.9.2 Pengujian Hipotesis	36
3.9.3 Uji t atau Uji Parsial	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	37
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	39
4.2.1 Uji Validitas	39
4.2.2 Uji Reliabilitas	42
4.3 Deskripsi Masing-masing Jawaban Responden	43
4.4 Hasil Uji Persyaratan analisis data	46
4.4.1 Uji Normalitas	46
4.4.2 Uji Linieritas	47
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	48
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	49
4.6.1 Uji t (Uji Parsial)	49
4.7 Pembahasan	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	E-commerce rewaind 2018: Platform e-commerce paling banyak di cari di indonesia	3
1.2	Jumlah Pengunjung E-commerce Pria dan wanita pada tahun 2018	7
1.3	Hasil Pra Survey Responden	8
2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Data Kriteria Sampel	29
3.2	Definisi Operasional	31
3.3	Interprestasi nilai r Korelasi Product Moment	33
4.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia	38
4.3	Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan	38
4.4	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	39
4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsment	40
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Customer Behavior	41
4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	42
4.8	Deskripsi Data Berdasarkan Pernyataan Celebrity Endorsment	43
4.9	Deskripsi Data Berdasarkan Pernyataan Customer Behavior .	44
4.10	Hasil Uji Normalitas	47
4.11	Hasil Uji Linieritas	47
4.12	model sumarry	48
4.13	Persamaan Regresi	48
4.14	coefficients uji t	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	18
Gambar 2.2	Kerangka Pikir	25
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis Consumer Behavior	25

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Angket Penelitian (Kuesioner)
- Lampiran 2** Hasil Jawaban Responden (Tabulasi)
- Lampiran 3** Karakteristik Responden
- Lampiran 4** Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 5** Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6** Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 7** Uji Normalitas
- Lampiran 8** Hasil Analisis Jalur