

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	6
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	6
1.3.3 Ruang Lingkup Waktu	6
1.3.4 Ruang Lingkup Hasil Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Praktis.....	7
1.5.2 Manfaat Teoritis	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB I LANDASAN TEORI

2.1 Celebrity Endorser	9
------------------------------	---

2.1.1 Manfaat dan Peran Celebrity Endorser	10
2.1.2 Indikator Celebrity Endorser	10
2.2 Brand Trust	11
2.2.1 Indikator Brand Trust	12
2.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Pemikiran.....	17
2.6 Hipotesis.....	18
2.6.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Erigo	18
2.6.2 Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Erigo	18
2.6.3 Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Trust Terhadap keputusan pembelian produk fashion Erigo	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Sumber Data.....	20
3.2.1 Data Primer.....	20
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel	21
3.4 Identifikasi Variabel.....	22
3.4.1 Variabel Bebas	22
3.4.2 Variabel Terikat.....	22
3.4.3 Definisi Operasional Variabel	23
3.5 Uji Persyaratan Instrumen.....	24
3.5.1 Uji Validitas Instrumen	24
3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen	25

3.6 Uji Persyaratan Analisis Data	25
3.6.1 Uji Normalitas	26
3.6.2 Uji Lineritas.....	26
3.6.3 Uji Multikolinearitas	26
3.7 Metode Analisis Data.....	27
3.8 Skala Pengukuran data	27
3.9 Pengujian Hipotesis.....	27
3. 9. 1 Uji t.....	28
3. 9. 2 Uji f.....	29

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	30
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	30
4. 2. 1 Jenis Kelamin Responden	30
4. 2. 2 Usia Responden.....	31
4. 2. 3 Deskripsi Respon Responden	31
4.3 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	38
4.3.1 Hasil Uji Valididitas	38
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	40
4.4 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	40
4. 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	40
4. 4. 2 Hasil Uji Lineraitas	41
4. 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas	42
4.5 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	42
4. 5. 1 Regresi Linear Berganda	42
4.6 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	43
4.7 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (uji f)	45
4.8 Pembahasan.....	46
4.8.1 Pembahasan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan.....	46
4.8.2 Pembahasan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.8.3 Pembahasan Celebrity Endorser dan Brand Trust.....	47

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	48
5.2 Saran.....	48
5. 2. 1 Bagi Perusahaan	48
5. 2. 2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Gambar	Halaman
1.1 Estimasi Data Penjualan Merek Fashion Kategori Terlaris di <i>e-commerce</i> Tokopedia.....	2
1.2 Hasil Penilaian Konsumen	4
2.1 Penelitian Terdahulu	15
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2 Usia Responden.....	31
4.3 Deskripsi Respon Responden Variabel <i>CelebrityEendorser</i>	31
4.4 Deskripsi Respon Responden Variabel <i>Brand Trust</i>	33
4.5 Deskripsil Respon Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	35
4.6 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	38
4.7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Trust</i>	39
4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	39
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	40
4.10 Hasil Uji Normalitas	41
4.11 Hasil Uji Linearitas	41
4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	42
4.13 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda.....	42
4.14 Hasil Uji Model <i>Summary</i>	43
4.15 Hasil Uji t	44
4.16 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	45

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1.1 Grafik Pilihan Produk Fashion Milenial	4
2,1 Kerangka Penelitian	17
2.2 Model Hipotesis	19