

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II</b> .....	10
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Celebrity Endorser .....	10
2.1.2 Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	12
2.1.3 Keputusan Pembelian ( <i>Buying Decision</i> ) .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Berpikir .....	20
2.4 Hipotesis .....	21
<b>BAB III</b> .....	24
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	24
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.3 Populasi dan Sampel .....	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26

3.5	Skala Pengukuran .....	27
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7	Teknik Analisis Data .....	29
3.7.1	Uji Statistik Deskriptif .....	30
3.7.2	Uji Validitas .....	30
3.7.3	Uji Reliabilitas.....	31
3.7.4	Uji Asumsi Klasik .....	31
3.8	Pengujian Hipotesis .....	33
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.8.2	Uji t dan Uji F.....	33
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	34
<b>BAB IV</b>	.....	<b>36</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>36</b>
4.1	Hasil Analisis Data .....	36
4.4.1	Karakteristik Responden .....	36
4.2	Analisis Deskriptif .....	40
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> .....	40
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek .....	41
4.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	42
4.2.4	Uji Instrumen Data .....	43
4.2.5	Uji Asumsi Klasik .....	46
4.3	Pengujian Hipotesis .....	49
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda (Uji T (Parsial)) .....	49
4.3.2	Uji F (Anova) .....	50
4.3.3	Koefisien Determinasi.....	52
4.4	Pembahasan .....	52
4.4.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..	52
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
4.4.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	55
<b>BAB V</b>	.....	<b>58</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>58</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>58</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>60</b>

LAMPIRAN - LAMPIRAN .....	68
KUESIONER PENELITIAN.....	69

