

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN.....	
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR.....	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Teori.....	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	23
2.2.3 Fungsi <i>Celebrity Endorser</i>	26
2.2.4 Keputusan Pembelian	27
2.2.5 Proses Keputusan Pembelian	28
2.2.6 Model AIDA.....	30
2.2.7 Instagram.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37

3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	37
3.2.1	Variable Independen.....	37
3.2.2	Variable Dependen.....	40
3.2.3	Skala Pengukuran	42
3.3	Tahapan Penelitian.....	43
3.4	Objek dan Subjek Penelitian.....	45
3.4.1	Objek Penelitian	45
3.4.2	Subjek Penelitian.....	45
3.5	Populasi dan Sampel	45
3.5.1	Populasi	45
3.5.2	Sampel	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6.1	Sumber Data	47
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	47
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.7.1	Uji Validitas	47
3.7.2	Uji Reliabilitas	49
3.8	Teknik Analisis Data	51
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	51
3.8.2	Method of Succesive Interval (MSI).....	53
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.8.4	Koefisien Determinasi.....	54
3.8.5	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.8.6	Pengujian terhadap Regresi Parsial (Uji T)	56
3.8.7	Pengujian Terhadap Simultan (Uji F)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Pengumpulan Data	59
4.2	Karakteristik Responden.....	59
4.3	<i>Method Successive Interval</i> (MSI)	59
4.4	Analisis Deskriptif	60
4.5	Uji Asumsi Klasik	70
4.5.4	Analisis Korelasi Berganda	73
4.5.5	Analisis Pengaruh Parsial	74

4.5.6	Koefisien Determinasi.....	75
4.5.7	Pengujian Hipotesis.....	75
4.5.8	Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.6	Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	80
4.6.1	Pembahasan Variable <i>Visibility</i>	82
4.6.2	Pembahasan Variable <i>Credibility</i>	84
4.6.3	Pembahasan Variable <i>Attraction</i>	86
4.6.4	Pembahasan Variable <i>Power</i>	87
4.6.5	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran.....	93
5.2.1	Saran Akademis	93
5.2.2	Saran Praktis.....	94