

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi	2
1.1.4 Bisnis Perusahaan	2
1.1.5 Merek kosmetik keluaran PT. Paragon Technology and Inovation (PTI)	3
1.1.6 <i>Celebrity Endorser Wardah Cosmetic</i>	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Aspek Teoritis	19
1.5.2 Aspek Praktis	19
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	20
2.1.3 <i>Advertising/Periklanan</i>	22

2.1.4	<i>Celebrity Endorser</i>	23
2.1.5	<i>Perceived Quality</i>	24
2.1.6	Minat Beli	26
2.1.7	Hubungan antara Variabel <i>Celebrity Endorser</i> , <i>Perceived Quality</i> dan Minat Beli	27
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.4	Hipotesis Penelitian	43
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	45
3.2.1	Variabel Operasional	45
3.2.2	Skala Pengukuran	48
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi	49
3.4.2	Sampel	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Data Primer	51
3.5.2	Data Sekunder	51
3.6	Teknik Analisis Data	51
3.6.1	Analisis Deskriptif	51
3.6.2	Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS)	53
3.6.3	Uji Validitas	59
3.6.4	Uji Reliabilitas	59
3.6.5	Analisis Structural Equation Modelling (SEM)	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Pengumpulan Data	63
4.2	Karakteristik Responden	63
4.2.1	Karakteristik Responde Berdasarkan Usia	64
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.3	Hasil Penelitian	65
4.3.1	Analisis Deskriptif	65

4.3.2	Analisis SEM-PLS (Analisis Model Pengukuran).....	78
4.3.3	Analisis SEM-PLS (Analisis Model Pengukuran Respesifikasi)	84
4.3.4	Analisis SEM-PLS dengan Model Langsung	90
4.3.5	Analisis SEM-PLS dengan Model Tidak Langsung.....	92
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	101
5.2.1	Aspek Praktis.....	101
5.2.2	Aspek Teoritis	103
DAFTAR PUSTAKA		104