

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	11
1.5. Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II.....	12
2.1. Tinjauan Teori.....	12
2.1.1. Komunikasi.....	12
2.1.2. Pemasaran.....	13
2.1.3. Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.4. Perilaku Konsumen.....	15
2.1.5. Perilaku Konsumtif.....	16
2.1.6. Celebrity Endorser.....	16
2.1.7. Remaja.....	18
2.1.8. Teori Stimulus Respon (S-R).....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Pemikiran.....	32
2.4. Hipotesis Penelitian.....	32
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	32
BAB III.....	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	34
3.2.1. Operasional Variabel.....	34
3.2.2. Skala Pengukuran.....	37
3.3. Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1. Populasi.....	37

3.3.2.	Sampel.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.5.1.	Uji Validitas	39
3.5.2.	Uji Reliabilitas	41
3.6.	Teknik Analisis Data	43
3.6.1.	Analisis Data Deskriptif.....	43
3.6.2.	Uji Methodh Succesive Interval (MSI)	44
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik.....	45
BAB IV	49
4.1.	Pengumpulan Data	49
4.2.	Karakteristik Responden	49
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	49
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.3.	Hasil Penelitian.....	54
4.3.1.	Analisis Data Dekskriptif Variable X (<i>Celebrity Endorser</i>).....	54
4.3.2.	Analisis Data Deskriptif Variable Y (Perilaku Konsumtif)	60
4.3.3.	<i>Methodh Succesive Interval (MSI)</i>	66
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.	Hipotesis Penelitian	71
BAB V	76
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81