

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Batasan Masalah	16
1.6 Manfaat Penelitian	17
1.7 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Studi Literatur	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	20
2.1.3 <i>Endorser</i>	21
2.1.4 <i>Celebrity Endorsement</i>	22
2.1.5 <i>Brand Lokal</i>	26
2.1.6 <i>Perceived Brand Localness</i>	26

2.1.7 Perilaku Konsumen	28
2.1.8 Minat Beli.....	29
2.1.8 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli	33
2.1.9 Hubungan <i>Perceived Brand Localness</i> Terhadap Minat Beli.....	34
2.1.10 Sintesis Teoritis dan Interaksi Antarvariabel	34
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
2.4 Hipotesis Penelitian.....	48
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.2.2 Skala Pengukuran.....	55
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.2 Sampel.....	59
3.4.3 Teknik Sampling	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	62
3.6.1 Uji Validitas	62
3.6.2 Uji Reliabilitas	65
3.7 Teknik Analisis Data.....	67
3.7.1 Analisis Deskriptif	67

3.7.2 Uji Asumsi Klasik	69
3.7.2.1 Uji Normalitas	69
3.7.2.2 Uji Autokorelasi	69
3.7.2.3 Uji Multikolinieritas	69
3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas	70
3.7.3 Analisis Alternatif	70
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	70
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
3.7.6 Uji Hipotesis	71
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji T)	71
3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F)	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Karakteristik Responden	73
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kewarganegaraan dan Domisili	74
4.2 Hasil Penelitian	74
4.2.1 Analisis Deskriptif	75
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Celebrity Endorsement</i>	75
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Brand Localness</i>	77
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Pembelian	79
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	81
4.2.2.1 Uji Normalitas	81
4.2.2.2 Uji Autokorelasi	82
4.2.2.3 Uji Multikolinieritas	83
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas	84
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	85

4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	87
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	89
4.2.5.1 Uji Parsial (Uji T).....	89
4.2.5.2 Uji Simultan (Uji F)	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.3.1 Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> (X1)	92
4.3.2 Variabel <i>Perceived Brand Localness</i> (X2)	92
4.3.3 Variabel Minat Pembelian (Y)	93
4.3.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> (X1) Terhadap Minat Pembelian Produk From This Island	93
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Brand Localness</i> (X2) Terhadap Minat Pembelian Produk From This Island.....	94
4.3.6 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> (X1) dan <i>Perceived Brand Localness</i> (X2) Secara Simultan Terhadap Minat Pembelian Produk From This Island	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Praktis.....	98
5.2.2 Saran Teoritis	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106