

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Pengesahan Penguji .....</b>	<b>iv</b>
<b>Motto .....</b>	<b>v</b>
<b>Persembahan .....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xvi</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xvii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xviii</b>
<b>Abstrack.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	15
G. Penegasan Istilah .....	16

H. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
A. Kerangka Teori.....	20
1. Pengertian Manajemen .....	20
2. Pengertian Pemasaran .....	20
3. Manajemen Pemasaran .....	21
4. Minat Beli .....	22
5. Celebrity Endorser .....	25
6. <i>Electronic word of mouth</i> .....	26
7. <i>Brand image</i> .....	28
B. Kajian Penelitian yang Relevan .....	29
C. Kerangka Konseptual .....	38
D. Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
1. Pendekatan Penelitian .....	41
2. Jenis Penelitian .....	41
B. Populasi,Sampling, Dan Sampel Penelitian .....	42
1. Populasi .....	42
2. Sampel dan Sampling .....	42
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	44
1. Sumber data .....	44
2. Variabel penelitian.....	45

3. Skala pengukuran.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian .....	47
1. Teknik Pengumpulan Data .....	47
2. Instrumen Penelitian .....	48
E. Teknik Analisa Data.....	51
1. Uji instrument data .....	51
2. Uji Asumsi Klasik .....	53
3. Uji Ketepatan Model .....	55
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
5. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	57
6. Sobel Test .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
1. Sejarah Produk Skintific .....	59
2. Visi dan Misi Perusahaan Skintific.....	60
B. Deskripsi Subjek Penelitian .....	60
1. Profil Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	60
2. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	61
C. Deskripsi Responden.....	62
1. Identifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
2. Identifikasi Responden Berdasarkan Jurusan .....	63

3. Identifikasi Responden Berdasarkan Fakultas.....	64
4. Identifikasi Responden yang Sudah Memakai Skintific dan Berkeinginan Tertarik untuk Memakai .....	64
D. Pengujian dan Analisis Data .....	65
1. Uji Instrumen .....	65
2. Uji Reliabilitas .....	67
3. Uji Asumsi Klasik .....	67
4. Uji Ketetapan Model.....	71
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
6. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	80
7. Sobel Test .....	83
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
A. Pengaruh Celebrity Endorse (X1), Electronic Word Of Mouth (X2) terhadap Brand Image (Z) Produk Skintific .....	87
B. Pengaruh Celebrity Endorse, Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Produk Skintific .....	89
C. Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Produk Skintific.....	92
D. Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image.....	93
E. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image .....	94
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan.....	96

B. Saran.....	98
<b>Daftar Putaka .....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>111</b>