

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| PENGESAHAN PENGUJI | iii |
| MOTTO | iii |
| PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 6 |
| C. Rumusan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Masalah | 7 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| F. Pembatasan Masalah..... | 8 |
| G. Definisi Operasional..... | 9 |
| H. Sistematika Pembahasan | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| A. Pemasaran..... | 12 |
| 1. Pengertian Pemasaran..... | 12 |
| B. <i>Celebrity Endorsement</i> | 14 |
| 1. Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i> | 14 |
| 2. Indikator <i>Celebrity Endorsement</i> | 15 |
| C. <i>Brand Trust</i> | 18 |
| 1. Pengertian <i>Brand Trust</i> | 18 |
| 2. Indikator <i>Brand Trust</i> | 20 |
| D. <i>Brand image</i> | 21 |
| 1. Pengertian <i>Brand Image</i> | 21 |
| 2. Indikator <i>Brand Image</i> | 22 |
| E. Keputusan Pembelian..... | 24 |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 24 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2. | Indikator Keputusan Pembelian | 26 |
| F. | Kajian Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| 1. | Pengaruh <i>Celebirty Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian | 30 |
| 2. | Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 31 |
| 3. | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian | 32 |
| 4. | Pengaruh <i>Celebirty Endorsement, Brand Trust</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 33 |
| G. | Kerangka Konseptual | 34 |
| H. | Hipotesis..... | 35 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 36 |
| A. | Pendekatan Dan Jenis Penelitian | 36 |
| 1. | Pendekatan | 36 |
| 2. | Jenis Penelitian..... | 37 |
| B. | Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian | 37 |
| 1. | Populasi | 37 |
| 2. | Sampling..... | 38 |
| 3. | Sampel Penelitian..... | 38 |
| C. | Sumber data, variabel, dan skala pengukuran | 40 |
| 1. | Sumber Data..... | 40 |
| 2. | Variabel | 41 |
| 3. | Skala pengukuran | 42 |
| D. | Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Data | 43 |
| 1. | Teknik Pengumpulam data..... | 43 |
| 2. | Instrumen Data | 44 |
| E. | Teknik Analiaais Data..... | 47 |
| 1. | Uji Instrumen Data | 47 |
| a) | Uji Validitas | 47 |
| b) | Uji Reliabilitas..... | 48 |
| 2. | Uji Asumsi Klasik | 48 |
| a) | Uji Multikolinieritas | 49 |
| b) | Uji Heteroskedastisitas | 49 |
| c) | Uji Normalitas | 49 |
| 3. | Analisis Regresi lilnier berganda | 50 |
| 4. | Koefisien Determinasi (R ²)..... | 51 |

| | |
|---|-----------|
| 5. Uji Hipotesis..... | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 53 |
| A. Gambaran Umum Tiens Group | 53 |
| B. Deskripsi Responden..... | 54 |
| C. Deskripsi Variabel Responden | 56 |
| D. Uji Instrumen Data | 59 |
| E. Uji Asumsi Klasik | 62 |
| F. Uji Regresi Linier Berganda | 66 |
| G. Uji Hipotesis..... | 69 |
| H. Temuan Penelitian..... | 74 |
| BAB V PEMBAHASAN | 77 |
| A. Pengaruh <i>Celebirty Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tiens di Kabupaten Trenggalek..... | 77 |
| B. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tiens di Kabupaten Trenggalek | 79 |
| C. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tiens di Kabupaten Trenggalek | 81 |
| D. Pengaruh <i>Celebirty Endorsement, Brand Trust, dan Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tiens di Kabupaten Trenggalek | 83 |
| BAB VI PENUTUP | 86 |
| A. Kesimpulan..... | 86 |
| B. Saran..... | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 89 |
| LAMPIRAN- LAMPIRAN | 93 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan | 43 |
| Tabel 3.2 Instrumen Penelitian | 44 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin | 54 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Usia | 55 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan..... | 55 |
| Tabel 4.4 <i>Celebirty Endorsement (X1)</i> | 56 |
| Tabel 4.5 <i>Brand Trust (X2)</i> | 57 |
| Tabel 4.6 Brand Image | 58 |
| Tabel 4.7 Keputusan Pembelian..... | 59 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas | 60 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas | 63 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 65 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas | 65 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 67 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji T | 69 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F | 72 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Grafik Pra Survei..... | 5 |
| Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen | 28 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual | 34 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Kuesioner

Lampiran 2: Tabulasi Data

Lampiran 3: Output SPSS

Lampiran 4: Surat Pernyataan Keaslian

Lampiran 5: Kartu Bukti Bimbingan

Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup