

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah .....	10
H. Sistematika Skripsi .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>16</b>
A. Pemasaran .....	16
B. <i>Celebrity Endorse</i> .....	17
C. <i>Online Customer Review</i> .....	20
D. <i>Brand Awareness</i> .....	22
E. Minat Beli .....	25
F. Hubungan Antar Variabel.....	29
G. Kajian Penelitian Terdahulu .....	32
H. Kerangka Konseptual.....	41
I. Hipotesis Penelitian .....	42

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	44
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	45
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya .....	47
D. Teknik Pengumpulan Data dan Intrumen Penelitian .....	50
E. Analisis Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Karakteristik Responden.....	60
C. Deskripsi Variabel .....	62
D. Uji Instrumen .....	65
E. Uji Asumsi Klasik .....	67
F. Uji Regresi Linear Berganda .....	70
G. Uji Hipotesis .....	72
H. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	74
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
A. Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> , <i>Online Customer Review</i> , dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli Konsumen.....	75
B. Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Minat Beli Konsumen .....	78
C. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	80
D. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli Konsumen .....	82
<b>BAB VI :PENUTUP.....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
E. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Gambaran Skala Likert .....	50
Table 3.2 Instrumen Penelitian .....	51
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	57
Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 4.2 Presentase Usia Responden.....	61
Tabel 4.3 Presentase Pendapatan Responden.....	62
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Variabel <i>Celebrity Endorse</i> .....	62
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	63
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	64
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Variabel Minat Beli.....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial) .....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji f (Simultan).....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian .....	94
Tabulasi Hasil Kuesioner Responden .....	97
Hasil Uji Validitas.....	98
Hasil Uji Reabilitas .....	100
Hasil Uji Normalitas .....	101
Hasil Uji Multikolinearitas.....	102
Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	102
Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	103
Hasil Uji t.....	103
Hasil Uji F.....	103
Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	104
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	105
Daftar Riwayat Hidup .....	106