

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
PENYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	v
SURAT KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Kegunaan Penelitian	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Variabel	14
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Teori Perilaku Konsumen.....	19
B. Minat Beli	19
C. <i>Customer Experience</i>	21
D. <i>Brand Image</i>	23

E. <i>Celebrity Endorsment</i>	24
F. Hubungan Antar Variabel	25
G. Penelitian Terdahulu	27
H. Kerangka Konseptual	30
I. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi	35
2. Sampling	36
3. Sampel Penelitian	36
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran	39
1. Sumber Data	39
2. Variabel Penelitian	39
3. Skala Pengukuran	39
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	40
1. Teknik Pengumpulan Data	40
2. Instrumen Penelitian	41
E. Teknik Analisis Data	42
1. Uji Instrumen Penelitian	43
2. Uji Asumsi Klasik	44
3. Analisis Regresi Linier Berganda	46
4. Uji Hipotesis	47
5. Uji Koefisien Determinasi R^2	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	52
A. Deskripsi Data	52
1. Gambaran Objek Penelitian Produk Implora	52
2. Karakteristik Responden	53
3. Analisis Deskriptif Variabel	55
B. Hasil dan Analisis Data Penelitian	65
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	65

a) Uji Validitas.....	65
b) Uji Reliabilitas.....	66
2. Uji Asumsi Klasik	67
a) Uji Normalitas	67
b) Uji Multikolinieritas	68
c) Uji Heteroskedastisitas	69
d) Uji Autokorelasi	70
3. Uji Hipotesis	72
a) Uji Parsial (T).....	72
b) Uji Simultan (F).....	74
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	75
5. Uji Koesfisien Determinasi R^2	77
BAB V PEMBAHASAN	78
A. Pengaruh <i>Customer Experience</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Celebriy Endorsment</i> Terhadap Minat Beli Produk Implora pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	78
B. Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Minat Beli Produk Implora Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	81
C. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Produk Implora Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	84
D. Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> Terhadap Minat Beli Produk Implora Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	87
BAB VI PENUTUP	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96