

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiv
INTISARI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.2 Daya Tarik Iklan	12
2.1.3 Selebriti Endorser.....	14
2.1.4 Desain Produk	15
2.1.5 Minat Beli.....	16

2.1.6 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	18
2.3 Pengaruh Antar Variabel	19
2.3.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli	19
2.3.2 Pengaruh Selebriti Endorser Terhadap Minat Beli	20
2.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli.....	20
2.3.4 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.5 Pengaruh Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.6 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.7 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
3.2.1 Variabel Penelitian	25
3.2.2 Definisi Operasional.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder	30
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	31

3.5.1 Kuesioner	31
3.5.2 Wawancara.....	31
3.6 Metode Analisis Data.....	31
3.6.1 Analisis Data Kualitatif.....	32
3.6.2 Analisis Data Kuantitatif.....	32
3.6.2.1 Uji Validitas	32
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	33
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.2.4 Analisis Jalur Path.....	35
3.6.2.5 Koefisien Determinasi.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden	40
4.1.1 Deskripsi berdasarkan Usia.....	40
4.1.2 Deskripsi berdasarkan Pekerjaan	41
4.2 Deskripsi Variabel.....	42
4.2.1 Variabel Daya Tarik Iklan (X1)	43
4.2.2 Variabel Selebriti Endorser (X2)	44
4.2.3 Variabel Desain Produk (X3).....	46
4.2.4 Variabel Minat Beli (Y1)	47
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	49
4.3 Analisis Data	51
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	51
4.3.1.1 Uji Validitas	51
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.3.2 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	54

4.3.2.1 Uji Normalitas	54
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.3.2.3 Uji Multikolinieritas	57
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.3.3.1 Hasil Analisis Persamaan Pertama.....	59
4.3.3.2 Hasil Analisis Persamaan Kedua	63
4.3.4 Pengujian Intervening	67
4.4 Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target Penjualan	4
Tabel 1.2 Harga Kerudung.....	8
Tabel 1.3Jumlah Kerudung Terjual	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Usia Responden.....	41
Tabel 4.2Pekerjaan Responden	42
Tabel 4.3 Kategorisasi Variabel Daya Tarik Iklan.....	44
Tabel 4.4 Kategorisasi Variabel Selebriti Endorser	45
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel Desain Produk	47
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	49
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.8 Uji Validitas	53
Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan Pertama.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan Kedua	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan Pertama	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Pertama	62
Tabel 4.14 Hasil Uji F Persamaan Pertama	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan Kedua	64
Tabel 4.17Hasil Uji F Persamaan Kedua	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	19
Gambar 3.1 Analisis Jalur Path.....	37
Gambar 4.1 Normalitas Persamaan Pertama.....	55
Gambar 4.2 Normalitas Persamaan Kedua	56
Gambar 4.3 Heteroskedastisitas Pertama.....	57
Gambar 4.4 Heteroskedastisitas Kedua.....	58
Gambar 4.5 Uji Intervening Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian ...	59
Gambar 4.6 Uji Intervening Selebriti Endorser terhadap Keputusan Pembelian..	71
Gambar 4.7 Uji Intervening Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Koesioner

LAMPIRAN 2. Statistik Deskriptif