

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. <i>Celebrity Endorsment</i>	9
1. Teori <i>Celebrity Endorsment</i>	9
2. Pengertian <i>Celebrity Endorsment</i>	10
3. Fungsi <i>Celebrity Endorsement</i>	11
4. Keuntungan <i>Celebrity Endorsement</i>	12
5. Indikator-Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	13
B. Harga	14
1. Teori Harga	14
2. Pengertian Harga	14
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	17
4. Indikator-Indikator Harga	17
C. <i>Brand Image</i>	18
1. Teori <i>Brand Image</i>	18
2. Pengertian <i>Brand Image</i>	19
3. Fungsi <i>Brand Image</i>	20
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	21
5. Indikator-Indikator <i>Brand Image</i>	22
D. <i>Purchase Intention</i>	22
1. Teori <i>Purchase Intention</i>	22
2. Pengertian <i>Purchase Intention</i>	23
3. Peran <i>Purchase Intention</i>	25

4. Indikator-Indikator <i>Purchase Intention</i>	26
E. Penelitian Terdahulu.....	27
F. Kerangka Berpikir	31
G. Hipotesis.....	33
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2. Pengaruh Harga terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Intention</i>	35
4. Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> , Harga dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	36
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Identifikasi Variabel	38
D. Definisi Operasional Variabel	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	40
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Multikolinieritas	41
b. Uji Normalitas	41
c. Uji Heterokedastisitas	41
3. Uji Statistik	42
a. Analisis Regresi Berganda.....	42
b. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji Statistik t).....	42
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	43
d. Uji F.....	43
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Gambaran Umum Responden	45
2. Analisis Data.....	46
a. Uji Instrumen Penelitian	46
1) Uji Validitas Instrumen.....	46
2) Uji Reliabilitas	48
b. Deskripsi Data	48
c. Uji Asumsi Klasik.....	51
1) Uji Multikolinieritas	51
2) Uji Heterokedastisitas	52
3) Uji Normalitas	52

d. Uji Hipotesis	54
1) Analisis Regresi Berganda	54
2) Uji t Parsial	55
3) Koefisien Determinasi	56
4) Uji F.....	56
B. Pembahasan	57
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	57
2. Pengaruh Harga terhadap <i>Purchase Intention</i>	58
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	59
4. Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> , Harga dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	60
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Top Brand Index Sabun Pembersih Wajah Tahun 2019-2021	5
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	27
3.1	Definisi Operasional	39
4.1	Profil Responden	45
4.2	Hasil Uji Validitas Responden <i>Celebrity Endorsement</i>	46
4.3	Hasil Uji Validitas Responden Harga	46
4.4	Hasil Uji Validitas Responden <i>Brand Image</i>	47
4.5	Hasil Uji Validitas Responden <i>Purchase Intention</i>	47
4.6	Hasil Uji Reliabilitas	48
4.7	Hasil Analisis Deskriptif	49
4.8	Hasil Uji Multikolonieritas	51
4.9	Hasil Koefisien Determinasi	56
4.10	Hasil Uji Statistik F	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka Berpikir	33
	4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
	4.2	Hasil Uji Normalitas	53
	4.3	Hasil Uji Normalitas	53

