

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISIv

DAFTAR TABELx

DAFTAR GAMBARxiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian..... 13

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian 14

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian 14

1.3 Tujuan Penelitian..... 15

1.4 Kegunaan Penelitian 15

1.4.1 Kegunaan Teoritis 15

1.4.2 Kegunaan Praktis..... 16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS..... 18

2.1 Kajian Teori..... 18

2.1.1 Pengertian Manajemen..... 18

2.1.1.1 Fungsi Manajemen 19

2.1.2 Pengertian Pemasaran 20

2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran..... 21

2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran 22

2.1.5 Pengertian Promosi 24

2.1.6 Bauran Promosi 25

2.1.7 Media Promosi 26

2.1.7.1	Jenis-jenis Media Promosi.....	26
2.1.7.2	Media Online.....	27
2.1.8	Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	29
2.1.9	Pengertian Ritel.....	32
2.1.9.1	Tipe-tipe Ritel.....	33
2.1.9.2	Bauran Ritel.....	39
2.1.10	Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	40
2.1.10.1	Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	42
2.1.11	Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	46
2.1.11.1	Manfaat merek.....	47
2.1.11.2	Tingkatan Merek.....	48
2.1.12	Pengertian Citra Merek.....	49
2.1.12.1	Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	50
2.1.13	Perilaku Konsumen.....	54
2.1.13.1	Model Perilaku Konsumen.....	55
2.1.13.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	56
2.1.13.3	Proses Keputusan Pembelian.....	58
2.1.14	Keputusan Pembelian.....	60
2.1.14.1	Dimensi Keputusan Pembelian.....	61
2.1.15	Penelitian Terdahulu.....	62
2.2	Kerangka Pemikiran.....	70
2.2.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
2.2.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	71
2.2.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.....	72
2.3	Hipotesis Penelitian.....	73
BAB III	METODE PENELITIAN.....	75
3.1	Metode Penelitian.....	75
3.2	Definisi Variabel Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	76

3.2.1	Definisi variabel penelitian.....	76
3.2.1.1	Variabel Independen.....	76
3.2.1.2	Variabel Dependen	77
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	77
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	80
3.3.1	Populasi	81
3.3.2	Sampel	82
3.3.3	Teknik Sampling	83
3.4	Teknik pengumpulan data	83
3.5	Metode Analisis data dan Uji Hipotesis	85
3.5.1	Uji Instrumen.....	85
3.5.1.1	Uji Validitas.....	85
3.5.1.1.1	Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser (X1)</i>	86
3.5.1.1.2	Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	87
3.5.1.1.3	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	88
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	89
3.5.2	Metode Analisis data	91
3.5.3	Analisis Deskriptif.....	91
3.5.4	Analisis Verifikatif.....	93
3.5.4.1	<i>Method of Succeshive Internal (MSI)</i>	93
3.5.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
3.5.4.3	Analisis Korelasi Berganda	95
3.5.5	Uji Hipotesis	97
3.5.6	Analisis koefisien determinasi.....	99
3.6	Rancangan kuesioner.....	100
3.7	Lokasi dan waktu penelitian.....	101

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 102

4.1	Hasil Penelitian.....	102
-----	-----------------------	-----

4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	102
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	102
4.1.1.2	Logo Dlight Store	103
4.1.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	103
4.1.1.4	Struktur Organisasi Dlight Store	104
4.1.2	Pelaksanaan Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i> Di Dlight Store	108
4.1.3	Pelaksanaan Citra Merek Dlight Store	109
4.1.4	Karakteristik Responden	110
4.1.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	110
4.1.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	111
4.1.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	111
4.1.5	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	112
4.1.5.1	Hasil Analisis Deskriptif mengenai Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	113
4.1.5.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek .	119
4.1.5.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	128
4.1.6	Hasil Analisis Verifikatif.....	137
4.1.6.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	137
4.1.6.2	Hasil Analisis Korelasi Berganda.....	139
4.1.6.3	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	139
4.1.6.4	Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	140
4.1.6.5	Koefisien Determinasi	142
4.2	Pembahasan	144
4.2.1	Pembahasan Deskriptif	144
4.2.1.1	Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Celebrity Endorser</i> yang digunakan Dlight Store	143
4.2.1.2	Tanggapan Konsumen Mengenai Citra Merek yang digunakan Dlight Store	145

4.2.1.3	Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian Produk Dlight Store	146
4.2.2	Pembahasan Verifikatif	149
4.2.2.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	149
4.2.2.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	150
4.2.2.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	151
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	155
5.1	Kesimpulan	155
5.2	Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA		160
DAFTAR LAMPIRAN		xv