DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ........................................... i
KATA PENGANTAR .................................................. ii
DAFTAR ISI ........................................................... v
DAFTAR TABEL ......................................................... ix
DAFTAR GAMBAR ..................................................... xiii
DAFTAR LAMPIRAN .................................................. xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian ....................................... 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian ............. 15
   1.2.1 Identifikasi Masalah ........................................ 16
   1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian ........................... 16
1.3 Tujuan Penelitian ............................................... 17
1.4 Kegunaan Penelitian ........................................... 18
   1.4.1 Kegunaan Teoritis .......................................... 18
   1.4.2 Kegunaan Praktis .......................................... 18

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka .................................................... 20
   2.1.1 Pengertian Manajemen ................................... 20
   2.1.2 Pengertian Pemasaran ................................... 22
   2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran ..................... 24
   2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix) ........ 25
   2.1.5 Pengertian Promosi (Promotion) ....................... 28
      2.1.5.1 Pengertian Bauran Promosi (Promotion) .......... 29
   2.1.6 Pengertian Periklanan ................................... 31
      2.1.6.1 Fungsi Iklan .......................................... 37
   2.1.7 Celebrity Endorser ....................................... 38
      2.1.7.1 Peran Celebrity Endorser .......................... 40
BAB II
2.1.17.2 Pertimbangan Pemilihan Endorser ................. 41
2.1.17.3 Dimensi Celebrity Endorser ........................... 42
2.1.18 Pengertian Brand ............................................. 44
2.1.18.1 Pengertian Brand Image ................................. 46
2.1.18.2 Pengukuran Brand Image ................................. 48
2.1.18.3 Faktor Terbentuknya Brand Image ..................... 49
2.1.18.4 Indikator Brand Image ................................... 50
2.1.19 Pengertian Perilaku Konsumen......................... 51
2.1.19.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.............. 52
2.1.19.2 Model Perilaku Konsumen ................................. 54
2.1.10 Keputusan Pembelian ......................................... 55
2.1.10.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian ................. 56
2.1.10.2 Indikator-indikator Keputusan Pembelian .......... 57
2.1.10.3 Tingkatan dalam Keputusan Pembelian ............... 58
2.1.11 Penelitian Terdahulu ........................................... 59

2.2 Kerangka Pemikiran ................................................ 64
2.2.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian ...................... 65
2.2.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian ....................... 66
2.2.3 Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian ................. 67
2.2.4 Paradigma Penelitian ........................................... 69

2.3 Hipotesis .............................................................. 69

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Metode Penelitian .................................................. 71
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian ................. 72
3.2.1 Definisi Variabel Penelitian ....................................... 72
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian ....................................... 73
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .................................... 77
3.3.1 Populasi ................................................................. 78
3.3.2 Sampel ................................................................. 79
3.3.3 Teknik Sampling ..................................................... 80
3.4 Teknik Pengumpulan Data .......................................... 80
3.5 Uji Instrumen Penelitian ............................................. 82
    3.5.1 Uji Validitas ....................................................... 82
    3.5.2 Uji Reliabilitas ................................................... 83
    3.5.2 Method of Successive Interval (MSI) ....................... 85
3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis ................................. 87
    3.6.1 Analisis Deskriptif .............................................. 88
    3.6.2 Analisis Verifikatif ............................................ 89
        3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda .................. 90
        3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda ......................... 90
        3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi .................... 92
    3.6.3 Uji Hipotesis ..................................................... 93
        3.6.3.1 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) ............ 93
        3.6.3.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t) ............... 94
3.7 Rancangan Kuesioner ............................................... 95
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian ..................................... 96

BAB IV  HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian .................................................... 97
    4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .................................. 97
        4.1.1.1 Visi, Misi dan Logo Perusahaan ................... 100
        4.1.1.2 Visi Perusahaan ........................................ 101
        4.1.1.3 Misi Perusahaan ....................................... 101
        4.1.1.4 Logo Perusahaan ..................................... 101
        4.1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan ................... 102
        4.1.1.6 Deskripsi Jabatan ...................................... 103
    4.1.2 Pelaksanaan Celebrity Endorser pada Emina Cosmetics ... 108
    4.1.3 Pelaksanaan Brand Image pada Emina Cosmetics .......... 109
    4.1.4 Uji Instrumen Penelitian .................................... 110
4.1.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ............................... 111
4.1.4.2 Uji Validitas Variabel Penelitian .............................. 111
4.1.4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian ................... 113
4.1.5 Karakteristik Responden Emina Cosmetics .......................... 114
   4.1.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .................. 114
   4.1.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ............ 115
   4.1.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama
     Menggunakan Produk .............................................. 116
   4.1.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 116
4.1.6 Hasil Analisis Deskriptif Penelitian ............................... 117
   4.1.6.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel
     Celebrity Endorser .............................................. 117
   4.1.6.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel
     Brand Image ................................................... 127
   4.1.6.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel
     Keputusan Pembelian ............................................. 131
4.1.7 Hasil Analisis Verifikatid Variabel Penelitian ................... 137
   4.1.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda ......................... 137
   4.1.7.2 Analisis Korelasi Berganda ................................ 139
   4.1.7.3 Analisis Koefisien Determinasi ............................ 140
   4.1.7.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) ............................ 143
   4.1.7.5 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) ............................. 144
4.2 Pembahasan .................................................................... 146
   4.2.1 Pembahasan Deskriptif ......................................... 146
   4.2.2 Pembahasan Verifikatif ...................................... 148

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan ....................................................................... 152
5.2 Saran .............................................................................. 153

DAFTAR PUSTAKA .................................................................. 156
LAMPIRAN-LAMPIRAN
# DAFTAR TABEL

<table>
<thead>
<tr>
<th>No.</th>
<th>Judul</th>
<th>Halaman</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.1</td>
<td>Pertumbuhan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2010-2015</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>1.2</td>
<td>Top 5 <em>Most Talked About Brands On Twitter</em> 2017</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>1.3</td>
<td>Data Penjualan Emina Cosmetics</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>1.4</td>
<td>Data Penjualan Produk Emina Cosmetics</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>1.5</td>
<td>Data Penjualan Emina di Beberapa Mall Kota Bandung Bulan April-Juni 2018</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>1.6</td>
<td>Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kosmetik</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>1.7</td>
<td>Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td>1.8</td>
<td>Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1</td>
<td>Penelitian Terdahulu</td>
<td>51</td>
</tr>
<tr>
<td>3.1</td>
<td>Operasionalisasi Variabel</td>
<td>73</td>
</tr>
<tr>
<td>3.2</td>
<td>Jumlah Pengunjung <em>Store</em> Emina Cosmetics Bandung Indah Plaza (BIP) 2018</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>3.3</td>
<td>Skala <em>Likert</em></td>
<td>85</td>
</tr>
<tr>
<td>3.4</td>
<td>Kataegori Skala</td>
<td>87</td>
</tr>
<tr>
<td>3.5</td>
<td>Koefisien Korelasi</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>4.1</td>
<td>Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <em>Celebrity Endorser</em></td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>4.2</td>
<td>Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <em>Brand Image</em></td>
<td>112</td>
</tr>
</tbody>
</table>
4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk

4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

4.9 Tanggapan responden Mengenai Jujur Dalam Menyampaikan Pesan

4.10 Tanggapan Responden Mengenai Menyampaikan Pesan Dengan Konsisten Sesuai dengan Kenyataan

4.11 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Dapat Dipercaya

4.12 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Memiliki Pengetahuan yang Luas Mengenai Makeup

4.13 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Memiliki Pengalaman dalam Bermakeup

4.14 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Terampil Mengaplikasikan Makeup

4.15 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Memiliki Fisik yang Merarik

4.16 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Mampu Berkomunikasi dengan Cara yang Menarik

4.17 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Cocok Menjadi Bintang Iklan Emina Cosmetics
4.18 Tanggapan Responden Celebrity Endorser Menginspirasi Saya
dalam Bermakeup ................................................................. 123
4.19 Tanggapan Responden Menyukai Celebrity Endorser ................. 123
4.20 Tanggapan Responden Bahwa Terdapat Kesamaan dalam Hal Umur ................................................................. 124
4.21 Tanggapan Responden Bahwa Terdapat Kesamaan dalam Hal Status Sosial ................................................................. 124
4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Celebrity Endorser (X1) ................................................................. 125
4.23 Tanggapan Responden Bahwa Produk Emina Mudah Dikenali .......... 127
4.24 Tanggapan Responden Bahwa Emina Memiliki Keunggulan
Jika dibandingkan Dengan Merek Lain ................................................................. 127
4.25 Tanggapan Responden Bahwa Emina Sangat dikenali Dengan Baik ................................................................. 128
4.26 Tanggapan Responden Bahwa Kalitas Sesuai Dengan Harapan ....... 128
4.27 Tanggapan Responden Bahwa Harga Sesuai Dengan Hasil yang Diharapkan ................................................................. 129
4.28 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Brand Image (X2) ................................................................. 130
4.29 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian
Berdasarkan Keragaman Produk ................................................................. 131
4.30 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian
Berdasarkan Produk yang Berlabel Halal ................................................................. 131
4.31 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian
Berdasarkan Kepercayaan Produk yang Bagus .............................................. 132
4.32 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Berdasarkan Popularitas Merek ............................................................................. 133
4.33 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Berdasarkan Lokasi yang Mudah dijangkau ....................................................... 133
4.34 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Berdasarkan Ketersediaan Produk ........................................................................ 134
4.35 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Berdasarkan Jumlah Kebutuhan Produk .............................................................. 134
4.36 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Rutin

Dilakukan .................................................................................................................. 135
4.37 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Metode Pembayaran

Kemudahan Metode Pembayaran ......................................................................... 135
4.38 Rekapitulasi Tanggapan responden Mengenai Variabel

Keputusan Pembelian (Y) ....................................................................................... 136
4.39 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .......................................................... 138
4.40 Hasil Analisis Korelasi Berganda ................................................................... 139
4.41 Interpretasi Koefisien Korelasi ........................................................................ 140
4.42 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan .............................................. 140
4.43 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial ................................................. 141
4.44 Uji Hipotesis Simultan ..................................................................................... 142
4.45 Uji Hipotesis Parsial ......................................................................................... 143
<table>
<thead>
<tr>
<th>No.</th>
<th>Judul</th>
<th>Halaman</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.1</td>
<td>Rekapitulasi Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2018</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>1.2</td>
<td>Top 5 <em>Most Contribution About Brands On Twitter</em> 2017</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1</td>
<td>Bauran Pemasaran (<em>Marketing Mix</em>)</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2</td>
<td>Model Perilaku Konsumen</td>
<td>55</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3</td>
<td>Paradigma Penelitian</td>
<td>68</td>
</tr>
<tr>
<td>3.1</td>
<td>Garis Kontinum</td>
<td>87</td>
</tr>
<tr>
<td>4.1</td>
<td>Filosofi Emina Cosmetics</td>
<td>100</td>
</tr>
<tr>
<td>4.2</td>
<td>Logo Emina Cosmetics</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>4.3</td>
<td>Struktur Organisasi PT.Paragon Technology</td>
<td>103</td>
</tr>
<tr>
<td>4.4</td>
<td>Garis Kontinum <em>Celebrity Endorser</em> (X1)</td>
<td>126</td>
</tr>
<tr>
<td>4.5</td>
<td>Garis Kontinum <em>Brand Image</em> (X2)</td>
<td>130</td>
</tr>
<tr>
<td>4.6</td>
<td>Garis Kontinum Keputusan Pembelian</td>
<td>137</td>
</tr>
<tr>
<td>No.</td>
<td>Judul</td>
<td>Halaman</td>
</tr>
<tr>
<td>-----</td>
<td>----------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>Surat Keputusan Dekan ................................................................</td>
<td>159</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Kartu Perkembangan Bimbingan Skripsi</td>
<td>161</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Kartu Bukti Mengikuti Kegiatan Ujian SUP dan Sidang Akhir ...........</td>
<td>163</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Kuesioner Pra Survey ..................................................................</td>
<td>164</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Kuesioner Penelitian ..................................................................</td>
<td>165</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Tabulasi Data ..............................................................................</td>
<td>170</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Hasil SPSS ..............................................................................</td>
<td>171</td>
</tr>
</tbody>
</table>