

## **DAFTAR ISI**

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT (TERJEMAHAN BAHASA INGGRIS) .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK (TERJEMAHAN BAHASA SUNDA).....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan teoritis .....	10
1.4.2 Kegunaan praktis .....	10
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	13
2.1.1 Pemasaran .....	13
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Pemasaran Sosial Media .....	14
2.1.2.1 Pengertian Sosial Media.....	14
2.1.2.2 Macam-Macam Sosial Media .....	15
2.1.3 Celebrity Endorsment .....	17
2.1.4 Peningkatan Penjualan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode Penelitian.....	32

3.1.1 Paradigma Penelitian .....	32
3.1.2 Metode Penelitian yang digunakan.....	33
3.1.2.1 Metode Penelitian Deskriptif .....	33
3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	33
3.1.3.1 Variabel penelitian .....	33
3.1.3.2 Operasional variabel.....	34
3.1.4 Teknik pengumpulan Data.....	35
3.1.5.1 Data Primer .....	35
a. Observasi <i>Non Participant</i> .....	36
b. Wawancara.....	36
c. Angket.....	36
Populasi.....	38
Sampel.....	38
3.1.4.2 Data Sekunder .....	40
3.1.6 Teknik Analisis Data .....	40
3.1.6.1 Teknik Analisis Skor Tiap Varibel .....	40
3.1.6.2 Uji Instrumen .....	42
a. Uji Validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas .....	43
3.1.6.3 Uji Analisis Data.....	44
a. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	44
b. Analisis Korelasi <i>Rank Spearman</i> .....	45
c. Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	46
3.1.6.4 Uji Hipotesis .....	46
a. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	46
b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Soka Cipta Niaga .....	48
4.1.1 Visi, Misi dan Core Value Perusahaan PT Soka Cipta Niaga .....	48
4.1.2 Produk Kaos Kaki PT Soka Cipta Niaga.....	49
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas PT Soka Cipta Niaga .....	53
4.1.3.1 Struktur Organisasi PT Soka Cipta Niaga.....	53
4.1.3.2 Uraian Tugas Struktur PT Soka Cipta Niaga .....	53
4.2 Analisis Hasil Penelitian .....	60

4.2.1 Deskripsi Responden .....	60
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsment (X)</i> .....	63
4.2.2.1 Trustworthines (Kepercayaan) .....	63
a. Kejujuran.....	63
b. Dapat dipercaya.....	64
c. Persepsi Audiensi Terhadap <i>Endorser</i> .....	66
4.2.2.2 Expertise (Keahlian) .....	68
a. Pengalaman .....	68
b. Keterampilan .....	69
4.2.2.3 Attractiveness (Daya Tarik) .....	71
a. Daya Tarik Fisik.....	71
b. Intelektual.....	73
c. Kepribadian .....	75
4.2.2.4 Respect (kualitas dihargai).....	76
a. Mendukung Suatu Merek .....	76
4.2.2.5 Similiry (kesamaan) .....	78
a. Kesamaan <i>celebrity endorsement</i> dengan audiensi .....	78
4.2.3 Peningkatan Penjualan (Y) .....	80
4.2.3.1 Mencapai volume penjualan.....	80
4.2.3.2 Mendapatkan Laba Tertentu.....	81
4.2.3.3 Menunjang Pertumbuhan Perusahaan .....	85
4.3 Analisis Skor .....	89
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	93
4.4.1 Pengujian Validitas .....	93
4.4.2 Pengujian Reliabilitas .....	95
4.5 Analisis Data .....	96
4.5.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	96
4.5.2 Analisis Korelasi <i>Rank Spearman</i> .....	97
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi ( <i>R</i> <sup>2</sup> ).....	98
4.6 Uji Hipotesis.....	100
4.6.1 Uji simultan (uji f) .....	100
4.6.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	100
4.7 Pembahasan .....	102

4.7.1 penerapan <i>Celebrity Endorsement</i> Sosial Media <i>Instagram</i> @soka_indonesia di PT Soka Cipta Niaga .....	103
4.7.2 Kondis Penjualan Kaos Kaki di PT Soka Cipta Niaga .....	104
4.7.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Sosial Media <i>Instagram</i> @Soka_Indonesia Terhadap Peningkatan Penjualan Kaos Kaki Di PT Soka Cipta Niaga .....	105
4.7.4 Hambatan dan usaha dalam melakukan <i>Endorsement</i> pada sosial media <i>Instagram</i> @soka_indonesia.....	107
Usaha-usaha Yang Dilakukan Dalam Mengatasi Hambatan .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
5.1 Kesimpulan.....	110
5.1.1 penerapan <i>Celebrity Endorsement</i> sosial media <i>Instagram</i> @soka_indonesia di PT Soka Cipta Niaga .....	110
5.1.2 Kondis Penjualan Kaos Kaki di PT Soka Cipta Niaga .....	111
5.1.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> sosial media <i>Instagram</i> @soka_indonesia terhadap peningkatan penjualan kaos kaki di PT Soka Cipta Niaga.....	111
5.1.4 Hambatan dan usaha dalam melakukan <i>Endorsement</i> pada sosial media <i>Instagram</i> @soka_indonesia.....	112
5.2 Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	