

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
RINGKESAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	16
1.3 Identifikasi Masalah	16
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.4.1 Tujuan Penelitian	17
1.4.2.1 Kegunaan Teoritis	18
1.4.2.2 Kegunaan Praktis.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	20
2.1 Review Penelitian Sejenis	20
2.2 Kerangka Konseptual	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.2 Pemasaran	25
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	26
2.2.3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.4 Periklanan.....	29
2.2.5 <i>Celebrity Endorser</i>	32
2.2.5.1 Definisi <i>Celebrity Endorser</i>	32
2.2.5.2 Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i>	33
2.2.5.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	34

2.2.6	<i>Korean Wave</i>	36
2.2.7	Keputusan Pembelian	37
2.2.7.1	Definisi Keputusan Pembelian	37
2.2.7.2	Proses Keputusan Pembelian	38
2.2.7.3	Indikator Keputusan Pembelian	39
2.2.8	<i>E-Commerce</i>	40
2.2.9	Komunitas Twice Ina	42
2.3	Kerangka Teoritis	43
2.3.1	Teori Difusi Inovasi	43
2.4	Kerangka Pemikiran	48
2.5	Hipotesis	50
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN		53
3.1	Objek dan Metodologi Penelitian	53
3.1.1	Objek Penelitian	53
3.1.2	Metodologi Penelitian	54
3.2	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	55
3.2.1	Variabel Penelitian	55
3.2.2	Operasional Variabel	56
3.3	Populasi dan Teknik Sampling	59
3.3.1	Populasi	59
3.3.2	Teknik Sampling	60
3.4	Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	63
3.4.1	Jenis Data	63
3.4.2	Prosedur Pengumpulan Data	64
3.5	Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data	65
3.5.1	Rancangan Analisis Data	65
3.5.1.1	Analisis Deskriptif	66
3.5.1.2	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	69
3.5.1.3	Uji Koefisien Determinisasi	71
3.5.2	Uji Validitas	72
3.5.3	Uji Reliabilitas	73
3.6	Lokasi Penelitian	74

3.7	Jadwal Penelitian	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		76
4.1	Hasil Penelitian.....	76
4.1.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	76
4.1.2	Gambaran Pelaksanaan <i>Korean Celebrity Endorser</i> pada <i>E-Commerce</i> Shopee	79
4.1.3	Deskripsi Responden (Karakteristik Responden)	80
4.1.4	Hasil Analisis Data.....	84
4.1.4.1	Analisis Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> (X)	84
4.1.4.2	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	99
4.1.4.3	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	110
4.1.4.4	Uji Koefisien Determinasi.....	117
4.1.5	Uji Validitas	118
4.1.6	Uji Reliabilitas	120
4.2	Pembahasan	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		130
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Saran	131
DAFTAR PUSTAKA		133
LAMPIRAN.....		138