

ABSTRAK

Volume penjualan suatu perusahaan ditentukan oleh berbagai macam factor , salah satunya adalah minat beli akan produk yang ditawarkan perusahaan . berkenaan dengna hal tersebut . maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi minat beli tersebut . adapun variabel yang digunakan adalah celebrity endorser yang meliputi attractiveness ,trustworthiness dan expertise sampel diambil dengan menggunakan metode purposive sampling . model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana dan regresi berganda . Hasil penelitian secara simultan menunjukan variabel yang digunakan berpengaruh positif terhadap minat beli . adapun variabel yang dimiliki pengaruh . yang dominan adlaah expertise.

Kata – kata kunci : Celebrity endorser , attractiveness , trustworthiness , expertise , minat beli.

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN	
PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR ISI	v
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 16
2.1 SELEBRITY ENDORSER	16
2.1.1. Definisi Celebrity Endorser	16

2.1.2. Peran Celebrity	25
2.1.3. Kriteria Celebrity Endorser	27
2.1.4 Daya Tarik (Attractiveness)	28
2.1.5 Keyakinan (Trustworthiness)	29
2.1.6 Keahlian (Expertise)	32
2.1.7 Minat beli	33
2.2 Keputusan Pembelian	37
2.3 Hubungan Daya Tarik Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.4 Hubungan Kredibilitas Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.5 Hubungan Keahlian Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
 BAB III METODE PENELITIAN	 44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Lokasi Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.5 Definisi operasional dan pengukuran variable	46
3.5.1 Definisi Operasional	46
3.5.2 Metode Pengukuran Variabel	49
3.5.3 Kuesioner	50

3.7 Metode Analisis Data	50
3.7.1 Uji Relibilitas	50
3.7.2 Uji Validitas	57
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	67
3.7.3.1 Uji Normalitas	68
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	69
3.7.3.3 Uji Multikolinieritas	70
3.7.4 Teknik Analisis Data	70
3.7.4.1 Analisis Koefisien Determinasi	70
3.7.4.2 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistic t)	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian	73
4.2 Pembahasan	77
4.3 Implikasi Manajerial	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Simpulan	81
5.2 Keterbatasan penelitian	82

5.3 Saran	82
-----------	----

KUISSIONER	84
-------------------	----