

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Endorser</i> .....	7
2.1.2 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	7
2.1.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	9
2.1.4 <i>Brand Attitude</i> (Sikap Merek).....	9
2.1.5 <i>Purchase Intention</i> (Niat Beli).....	10
2.2 Penelitian Terdahulu .....	10

2.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Positive Brand Image</i> .....	17
2.4	Pengaruh <i>Positive Brand image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	17
2.5	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	18
2.6	Pengaruh <i>Brand Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.7	Pengaruh <i>Positive Brand Image</i> dalam memediasi <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.8	Pengaruh <i>Brand Attitude</i> dalam memediasi <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Intention</i> .....	19
2.9	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase intention</i> .....	19
2.10	Kerangka Konseptual.....	19
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>		<b>21</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2	Sumber Data Penelitian.....	21
3.3	Populasi dan Sampel .....	21
3.4	Variabel Penelitian.....	22
3.5	Skala Pengukuran Penelitian Penelitian.....	22
3.6	Definisi Operasional .....	23
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.8	Metode Analisis Data.....	25
3.8.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	25
3.8.2	Uji Sobel .....	25
3.8.3	<i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	26
<b>BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>28</b>
4.1	Analisi Karakteristik Responden .....	28
4.1.1	Profil Demografis.....	29

4.1.2	Pengeluaran & Produk Kecantikan.....	31
4.2	Analisis Pengolahan Data.....	32
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	32
4.2.1.1	Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> .....	33
4.2.1.2	Variabel <i>Positive Brand Image</i> .....	34
4.2.1.3	Variabel <i>Brand Attitude</i> .....	35
4.2.1.4	Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	36
4.2.2	Uji Sobel.....	37
4.2.3	<i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	38
4.2.3.1	<i>Outer Model (Convergent Validity)</i> .....	38
4.2.3.2	<i>Outer Model (Discriminant Validity)</i> .....	41
4.2.3.3	<i>Outer Model (Composite Reliability &amp; Conbrach's Alpha)</i> .....	43
4.2.3.4	<i>Inner Model (Structural Model)</i> .....	44
4.2.3.5	Uji Hipotesis.....	45
4.3	Pembahasan.....	50
<b>BAB 5 RINGKASAN PEMBAHASAN DAN SARAN.....</b>		<b>57</b>
5.1	Ringkasan Pembahasan.....	57
5.2	Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>60</b>
<b>LAMPIRAN 1 KUISIONER.....</b>		<b>67</b>
<b>LAMPIRAN 2 HASIL KUISIONER.....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN 3 HASIL PENGOLAHAN DATA.....</b>		<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Literature Review</i> .....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	23
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif .....	32
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> .....	33
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Positive Brand Image</i> .....	35
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Attitude</i> .....	36
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	37
Tabel 4.6 Uji Sobel, <i>Positive Brand Image</i> Sebagai Variabel Mediasi .....	38
Tabel 4.7 Uji Sobel, <i>Brand Attitude</i> Sebagai Variabel Mediasi .....	38
Tabel 4.8 <i>Loading Factor</i> Iterasi Pertama .....	39
Tabel 4.9 <i>Loading Factor</i> Iterasi Kedua.....	40
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> .....	41
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	42
Tabel 4.12 <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i> .....	42
Tabel 4.13 <i>Composite Reliability &amp; Conbrach's Alpha</i> .....	43
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi .....	44
Tabel 4.15 Uji Hipotesis .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Kecantikan di Indonesia .....	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	20
Gambar 4.1 Usia Responden.....	29
Gambar 4.2 Domisili Responden .....	29
Gambar 4.3 Profesi Responden.....	30
Gambar 4.4 Pengeluaran Produk Kecantikan .....	31
Gambar 4.5 Produk Yang Sering Dibeli .....	31
Gambar 4.6 Hasil Model Penelitian.....	45