

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Perumusan Masalah .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	10
A. Deskripsi Konseptual .....	10
1. <i>Celebrity Endorsement</i> .....	10
2. <i>Electronic Word of Mouth (E-WoM)</i> .....	13
3. <i>Brand Image</i> .....	16
4. <i>Consumer Purchase Decision</i> .....	20
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	24

C. Kerangka Teoretik.....	26
D. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Tujuan Penelitian .....	31
B. Objek, Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
C. Metode Penelitian .....	32
D. Populasi dan Sampel .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Deskripsi Data.....	48
B. Hasil Analisis Data .....	51
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
2. Analisis Deskriptif.....	53
3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	59
4. <i>Full Model SEM</i> .....	65
C. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	66
D. Hasil Uji Hipotesis .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Implikasi .....	72
C. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	81
Lampiran 2: <i>Output Validitas Product Moment Pearson Correlation</i> .....	86
Lampiran 3: Validitas Keseluruhan .....	90
Lampiran 4: <i>Output Reliabilitas</i> .....	90
Lampiran 5: <i>Output Goodness of Fit</i> .....	92
Lampiran 6: <i>Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</i> .....	96
Lampiran 7: <i>Standardized Total Effect</i> .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian.....	34
Tabel 3. 2 Skala Likert Interval 1-5 .....	40
Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan.....	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	51
Tabel 4. 6 Tabel Uji Validitas .....	52
Tabel 4. 7 Tabel Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> .....	53
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel E-WoM .....	55
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	56
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Purchase Decision</i> .....	57
Tabel 4. 12 <i>First Order Construct Celebrity Endorsement</i> .....	59
Tabel 4. 13 <i>First Order Construct E-WoM</i> .....	60
Tabel 4. 14 <i>First Order Construct Brand Image</i> .....	62
Tabel 4. 15 <i>First Order Consumer Purchase Decision</i> .....	63
Tabel 4. 16 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	66
Tabel 4. 17 Model Persamaan Struktural.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Traffic Index Ranking 2019</i> .....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Masalah.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	29
Gambar 4. 1 <i>Model First Order Construct Celebrity Endorsement</i> .....	60
Gambar 4. 2 <i>Model First Order Construct E-WoM</i> .....	61
Gambar 4. 3 <i>Model First Order Construct Brand Image</i> .....	62
Gambar 4. 4 <i>Model First Order Consumer Purchase Decision</i> .....	64
Gambar 4. 5 <i>Full Model SEM</i> .....	65
Gambar 4. 6 <i>t-values SEM</i> .....	67