

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.3 Niat beli.....	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Teori.....	31
2.4 Model Penelitian .....	32
2.4 Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
3.1.1 Tempat Penelitian.....	34
3.1.2 Waktu Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1 Populasi.....	34

3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5 Penyusunan Instrumen .....	35
3.5.1 Variabel Dependen .....	35
3.5.2 Variabel <i>Intervening</i> .....	35
3.5.3 Variabel Independen.....	35
3.6 Skala Pengukuran.....	38
3.7 Teknik Analisis Data .....	39
3.7.1 Uji Validitas .....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.8 Uji Hipotesis .....	40
3.8.1 <i>Chi-Square</i> (CMIN) .....	40
3.8.2 GFI (Goodness of Fit Index) .....	41
3.8.3 CMIN/DF .....	41
3.8.4 CFI (Comparative Fit Index) .....	41
3.8.5 RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation) .....	42
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	62
5.3 Implikasi .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Review Penelitian Relevan.....	27
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel III.2 Skala Pengukuran.....	39
Tabel IV. 1 Nilai Analisis Deskriptif Celebrity Endorser (X1) .....	44
Tabel IV. 2 Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2).....	45
Tabel IV. 3 Nilai Analisis Deskriptif Niat Beli (Y) .....	47
Tabel IV. 4 Nilai Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) .....	49
Tabel IV. 5 Uji Validitas.....	51
Tabel IV. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel IV. 7 Celebrity Endorser .....	53
Tabel IV. 8 Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel IV. 9 Niat Beli.....	55
Tabel IV. 10 Kepuasan Pelanggan .....	56
Tabel IV. 11 Goodness of fit Full Model SEM.....	57
Tabel IV. 12 Hasil Pengujian Hipotesis.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persaingan Toko Online di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Tanggapan Masyarakat .....	5
Gambar 1. 3 Pengumuman dari Shopee .....	6
Gambar 1. 4 Tanggapan Masyarakat .....	6
Gambar 1. 5 Tanggapan Masyarakat .....	7
Gambar 1. 6 Tanggapan Masyarakat .....	7
Gambar 1. 7 Tanggapan Masyarakat .....	8
Gambar 1. 8 Iklan Shopee dan Iklan Pesaing .....	9
Gambar 1. 9 Tanggapan Masyarakat .....	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	33
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin .....	43
Gambar 4. 2 Model Celebrity Endorser.....	53
Gambar 4. 3 Model Kualitas Pelayanan .....	54
Gambar 4. 4 Model Niat Beli .....	55
Gambar 4. 5 Model Kepuasan Pelanggan .....	56
Gambar 4. 6 Full Model SEM.....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
--------------------------------------	----