

DAFTAR ISI

COVER	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN AKADEMIK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. TINJAUAN PUSTAKA	4
1. Penelitian Terdahulu	4
2. KERANGKA TEORI	7
C. Hipotesis Penelitian	14
D. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian	14
1. Definisi Konesptual	14
a. Variabel Independen	14
b. Variabel Dependen (Y): Minat beli komunitas penggemar	15
2. Definisi Operasional	15
a. Variabel Independen	15
b. Variabel Dependen	16
E. Metodologi Penelitian	17
BAB II	25
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	25
A. Profil Produk	25

B. Profil Endorser.....	27
C. Profil Komunitas.....	28
D. Strategi Perusahaan.....	31
BAB III.....	32
TEMUAN HASIL PENELITIAN.....	32
A. Identitas Responden.....	32
B. Variabel Celebrity Endorser.....	34
C. Variabel Kualitas Produk <i>Nature Republic</i>	44
D. Variabel Minat Beli Fandom.....	59
BAB IV.....	71
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Uji Validitas dan Realibilitas.....	71
1. Uji Validitas.....	71
2. Uji Realibilitas.....	73
B. Uji Asumsi Klasik.....	74
1. Uji Normalitas.....	74
2. Uji Linieritas.....	76
3. Uji Heteroskedastisitas.....	76
C. Uji Korelasi.....	77
D. Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
E. Uji T-test.....	80
F. Uji F-test.....	81
G. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dalam Produk Kecantikan <i>Nature Republic</i> terhadap Minat Beli Komunitas Penggemar/Fandom.....	82
H. Pengaruh Kualitas Produk dalam Produk Kecantikan <i>Nature Republic</i> terhadap Minat Beli Komunitas Penggemar/Fandom.....	84
I. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas dalam Produk Kecantikan <i>Nature Republic</i> terhadap Minat Beli Komunitas Penggemar/Fandom.....	87
BAB V.....	89
PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89

B. Keterbatasan Penelitian.....	91
C. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1	
Presentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 2	
Presentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 3	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan EXO Mampu Menjelaskan Produk Nature Republic Secara Jelas	34
Tabel 4	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan EXO Sebagai <i>Celebrity Endorser</i> produk Nature Republic	35
Tabel 5	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Keterampilan EXO Mempraktekan Cara Pemakaian Produk Nature Republic	36
Tabel 6	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Integritas Baik EXO Sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	37
Tabel 7	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kejujuran EXO Memasarkan Produk Nature Republic	38
Tabel 8	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kepopuleran EXO Menjadi Pengaruh Sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	39
Tabel 9	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Penampilan EXO Sesuai Dengan Produk Nature Republic	40
Tabel 10	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kemampuan EXO Menumbuhkan Minat Beli Produk Nature Republic.....	41
Tabel 11	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kepribadian Baik yang dimiliki EXO Sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	42

Tabel 12	
Persentase Skor Responden Tentang Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	43
Tabel 13	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kemudahan Penggunaan Produk Nature Republic	45
Tabel 14	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Adanya Petunjuk Penggunaan Dalam Kemasan	46
Tabel 15	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kemudahan Dalam Memesan/Mendapatkan Produk.....	47
Tabel 16	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Ketahanan Produk	48
Tabel 17	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Produk Andalan Yang Dimiliki Nature Republic	49
Tabel 18	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Keamanan Penggunaan Produk Nature Republic	50
Tabel 19	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Produk Dapat Digunakan Untuk Sehari-hari.....	51
Tabel 20	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kualitas Produk Nature Republic	52
Tabel 21	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kemudahan Dalam Memperbaiki Kemasan Produk Jika Terjadi Kerusakan	53
Tabel 22	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kesesuaian Desain Produk Nature Republic Dalam Pengemasan	54

Tabel 23	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Kecocokan Warna Kemasan Produk Dengan Brand Image.....	55
Tabel 24	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Harga Yang Ditawarkan Oleh Nature Republic	56
Tabel 25	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Terjaminnya Kualitas Produk....	57
Tabel 26	
Presentase Skor Responden Tentang Variabel Kualitas Produk Nature Republic	58
Tabel 27	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Keseringan Komunitas Penggemar Membeli Produk	59
Tabel 28	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Keyakinan Membeli Produk.....	60
Tabel 29	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Penawaran Produk Kepada Orang Lain	61
Tabel 30	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Mendahulukan Membeli Produk Nature Republic Daripada Merek Lain	62
Tabel 31	
Persebaran Presentasi Responden Berdasarkan Mencari Info Sebelum Membeli Produk	63
Tabel 32	
Presentase Skor Responden Tentang Variabel Minat Beli Oleh Komunitas Penggemar	64
Tabel 33	
Tabulasi Silang <i>Celebrity Endorser</i> (X1) dengan Minat Beli (Y).....	65
Tabel 34	
Tabulasi Silang Kualitas Produk (X2) dengan Minat Beli (Y).....	67

Tabel 35	
Tabulasi Silang <i>Celebrity Endorser</i> (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan Minat Beli (Y).....	68
Tabel 36	
Validitas Kuisisioner Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	72
Tabel 37	
Validitas Kuisisioner Variabel Kualitas Produk (X2)	72
Tabel 38	
Validitas Kuisisioner Variabel Minat Beli (Y)	73
Tabel 39	
Uji Realibilitas	73
Tabel 40	
Uji Normalitas.....	75
Tabel 41	
Uji Linearitas.....	76
Tabel 42	
Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 43	
Uji Korelasi.....	78
Tabel 44	
Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 45	
Uji F- <i>test</i>	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	
Logo Nature Republic	25
Gambar 2	
Produk Nature Republic	26
Gambar 3	
Boygroun EXO.....	27
Gambar 4	
Boygroun EXO.....	28
Gambar 5	
Group Fandom EXO	29
Gambar 6	
Boygroun EXO.....	30
Gambar 7	
Fansign EXO.....	30
Gambar 8	
Uji Normalitas.....	75

