

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Sampul Depan .....	ii
Halaman Judul Skripsi .....	iii
Halaman Bebas Plagiarisme .....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi .....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
 BAB I     PENDAHULUAN	
1.1   Latar Belakang Masalah .....	1
1.2   Perumusan Masalah .....	5
1.3   Batasan Masalah .....	5
1.4   Tujuan Penelitian .....	6
1.5   Manfaat Penelitian .....	6

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori .....	8
2.1.1	Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2	Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.3	Perilaku Konsumen dan Faktor - Faktor Yang Mempengaruhinya .....	11
2.1.4	Teori-Teori Perilaku Konsumen .....	15
2.1.5	Promosi .....	18
2.1.6	Peran Selebritis Dalam Periklanan .....	24
2.1.7	Televisi Sebagai Media Periklanan .....	29
2.1.8	Minat Beli .....	31
2.1.9	Teori Tentang Sikap Terhadap Perilaku .....	33
2.2	Kerangka Pemikiran .....	34
2.3	Hipotesis Penelitian .....	35

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian .....	36
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian .....	36
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5	Jenis Data .....	38
3.6	Populasi Dan Sampel .....	38
3.7	Teknik Skala Pengukuran .....	39

3.8	Model Penelitian .....	40
3.9	Metode Analisis Data .....	40
BAB IV ANALISIS DATA		
4.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	45
4.1.1	Uji Validitas Variabel Keyakinan .....	45
4.1.2	Uji Validitas Variabel Evaluasi .....	46
4.1.3	Uji Validitas Variabel Saran .....	47
4.1.4	Uji Validitas Variabel Kemauan Mengikuti Saran ..	48
4.1.5	Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	49
4.1.6	Uji Reliabilitas .....	50
4.2	Analisis Deskriptif .....	51
4.3	Analisis Sikap, Norma Subjektif, dan Minat Beli .....	55
4.3.1	Analisis Sikap .....	55
4.3.2	Analisis Norma Subjektif .....	58
4.3.3	Analisis Minat Beli .....	61
4.4	Analisis Regresi .....	63
4.4.1	Uji t .....	64
4.4.2	Uji F .....	65
4.4.3	Uji $R^2$ .....	65
4.5	Implikasi Dalam Konteks Pemasaran .....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Saran .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Validitas Variabel Keyakinan
Tabel 4.2	Validitas Variabel Evaluasi
Tabel 4.3	Validitas Variabel Saran
Tabel 4.4	Validitas Variabel Kemauan Mengikuti Saran
Tabel 4.5	Validitas Variabel Minat Beli
Tabel 4.6	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Tabel 4.11	Indeks Sikap
Tabel 4.12	Variabel Sikap Masing-Masing Atribut
Tabel 4.13	Derajat Keyakinan (bi) Dan Evaluasi (ei) Terhadap Konsekuensi Atribut
Tabel 4.14	Indeks Norma Subjektif
Tabel 4.15	Variabel Norma Subjektif
Tabel 4.16	Derajat Keyakinan Normatif (Nb) Dan Motivasi (Mc)
Tabel 4.17	Indeks Minat
Tabel 4.18	Hasil Perhitungan Regresi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Reasoned Action Models



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- I Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keyakinan
- II Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Evaluasi
- III Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Saran
- IV Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemauan Mengikuti Saran
- V Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli
- VI Hasil Uji Regresi
- VII Rekapitulasi Data Karakteristik Responden
- VII Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner
- IX Kuesioner

