

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Metode Penelitian.....	5
1.6. Kerangka Pemikiran.....	6
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.2. Bauran Pemasaran.....	11
2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.3. Promosi.....	13
2.3.1. Pengertian Promosi.....	13
2.3.2. Bauran Promosi.....	14
2.4. Advertising.....	15
2.4.1. Pengertian Advertising.....	15
2.4.2. Jenis-Jenis Advertising.....	16
2.4.3. Tujuan Advertising.....	17
2.4.4. Menetapkan Media Yang Digunakan.....	17
2.4.5. Menetapkan Pesan Yang Akan Disampaikan.....	20
2.5. Endorser Sebagai Penyampaian Pesan.....	20
2.6. Faktor-Faktor Pemilihan Endorser.....	22

2.7. Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
2.7.1. Model Perilaku Pembelian Konsumen.....	24
2.7.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	26
2.8. Keputusan Pembelian.....	27
2.8.1. Pengertian Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
2.8.2. Tingkat Pemecahan Masalah dalam Pengambilan Keputusan Konsumen.....	27
2.8.3. Tahap dalam Pembelian Keputusan Konsumen.....	29
2.9. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian.....	30

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	33
3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	33
3.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	34
3.1.3. Struktur Organisasi.....	35
3.1.4. Deskripsi Tugas.....	36
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.2. Jenis dan Sumber Data.....	39
3.2.3. Populasi dan Sampel.....	39
3.2.4. Operasional Variabel.....	41
3.2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.2.6. Metode Analisis.....	47
3.2.7. Alat Ukur dan Teknik Perhitungan Data.....	47
3.2.8. Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	48
3.2.9. Koefisien Korelasi Deteriminasi.....	50

3.2.10. Uji Hipotesis.....	51
----------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Celebrity Endorser Yang Dilakukan Oleh Wadezig!.....	53
4.2. Tanggapan Responden atau Konsumen Mengenai Penggunaan Program <i>Celebrity Endorser</i> oleh Wadezig!.....	54
4.2.1. Gambaran Umum Responden.....	54
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Celebrity Endorser Clothing Wadezig!.....	63
4.3. Keputusan Pembelian Konsumen Clothing Wadezig! di Bandung.....	72
4.4. Analisis Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Clothing Wadezig! di Bandung.....	78
4.4.1. Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	78
4.4.2. Koefisien Determinasi.....	80
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA.....	88
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Keunggulan dan Kelemahan Berbagai Media Iklan.....	18
Tabel 3.1. Operasional Variabel Celebrity Endorser.....	42
Tabel 3.2. Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 3.3. Kriteria Penilaian Jawaban Responden.....	48
Tabel 3.4. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	57
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Mengenal dan Mengetahui Perusahaan.....	58
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	58
Tabel 4.9. Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	60
Tabel 4.10. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.11. Kriteria Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	61
Tabel 4.12. Kriteria Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.13. Tanggapan responden mengenai Grup Band Rosemary terlihat jujur dan apa adanya dalam Iklan Wadezig!.....	63
Tabel 4.14. Pernyataan Responden mengenai Grup Band Rosemary yang dapat dipercaya Dalam mengiklankan produk Wadezig!.....	64
Tabel 4.15. Pernyataan Responden mengenai grup band Rosemary yang tampil Profesional dalam iklan Wadezig!.....	64
Tabel 4.16. Pernyataan responden mengenai grup band Rosemary mempunyai pengalaman yang memadai sehingga layak menjadi bintang iklan produk Wadezig!.....	65
Tabel 4.17. Pernyataan responden mengenai grup band Rosemary yang mempunyai pengetahuan tentang produk Wadezig!.....	66
Tabel 4.18. Pernyataan responden mengenai grup band Rosemary yang memenuhi syarat sebagai bintang iklan Wadezig!.....	66

Tabel 4.19. Pernyataan responden terhadap penampilan fisik grup band Rosemary dalam iklan Wadezig! terlihat menarik.....	67
Tabel 4.20. Pernyataan responden mengenai grup band Rosemary mempunyai kepribadian yang baik.....	68
Tabel 4.21. Pernyataan responden mengenai grup band Rosemary memiliki fans yang banyak.....	68
Tabel 4.22. Pernyataan responden mengenai grup band Rosemary memiliki <i>track record</i> yang baik.....	69
Tabel 4.23. Pernyataan responden terhadap grup band Rosemary yang mewakili remaja yang aktif, terbuka, dan menyukai musik.....	70
Tabel 4.24. Analisa Pernyataan Responden terhadap penggunaan Celebrity Endorser pada program promosi Wadezig!.....	71
Tabel 4.25. Pernyataan Responden Mengenai Kebutuhan Akan Fashion.....	74
Tabel 4.26. Pernyataan Responden Mengenai ketertarikan responden untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang kebutuhan akan Fashion...74	74
Tabel 4.27. Pernyataan responden mengenai informasi dan penilaian responden bahwa <i>clothing</i> Wadezig! lebih baik dari <i>clothing</i> lainnya dan sesuai dengan kebutuhan anda.....	75
Tabel 4.28. Pernyataan responden mengenai keputusan untuk menggunakan produk Wadezig! karena sesuai dengan kebutuhan.....	76
Tabel 4.29. Pernyataan responden mengenai Kepuasan konsumen atas produk <i>clothing</i> Wadezig!.....	76
Tabel 4.30. Analisis Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Clothing</i> Wadezig!	77
Tabel 4.31. Perhitungan Koefisien Korelasi Rank Spearman Variabel X dan Variabel Y.....	79
Tabel 4.32. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	8
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	25
Gambar 2.2. Proses Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Clothing Wadezig!	35
Gambar 4.1. Uji Signifikansi Koefesien Korelasi Dengan Uji Satu Pihak.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabel R dan Tabel Distribusi (t)

Lampiran 3 : Surat Survei

Lampiran 4 : Kartu Bimbingan

Lampiran 5 : Output SPSS

Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 7 : Aktivitas Celebrity Endorsement Wadezig!

Lampiran 8 : Revisi Skripsi

