

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	iii
LEMBAR YURIDIS	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
RINGKASAN SKRIPSI	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.2.1. Pernyataan Masalah	10
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kontribusi Penelitian	11
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Manajemen Pemasaran	13
2.1.2. <i>Celebrity Endorsement</i>	14
2.1.3. Kualitas Produk	16
2.1.4. Nilai Hedonik	18
2.1.5. Minat Beli Ulang	19
2.2. Kajian Empiris	21
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	26
2.3.1. Kerangka Konseptual	26

2.3.2. Hipotesis Penelitian	27
2.3.2.1. Hubungan Antara <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli Ulang	27
2.3.2.2. Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	28
2.3.2.3. Hubungan Antara Nilai Hedonik Terhadap Minat Beli Ulang	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Bentuk Penelitian.....	30
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.3. Data.....	30
3.3.1. Data Primer.....	30
3.3.2. Data Sekunder	30
3.4. Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1. Populasi	31
3.4.2. Sampel	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data	32
3.6. Variabel dan Indikator Penelitian	32
3.7. Metode Analisis Data	36
3.7.1. Analisis Deskriptif Data	37
3.7.2. Uji Instrumen Penelitian	38
3.7.2.1. Uji Validitas.....	38
3.7.2.2. Uji Reliabilitas	39
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	39
3.7.3.1. Uji Normalitas	39
3.7.3.2. Uji Linearitas	39
3.7.3.3. Uji Multikolinieritas	40
3.7.3.4. Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.4. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7.5. Uji Kelayakan Model Regresi	41
3.7.5.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.7.5.2. Pengujian Hipotesis Penelitian	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian.....	42
4.1.1. Karakteristik Responden.....	42
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.1.2. Karakteristik Responden Menurut Rentang Usia	42
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku.....	44
4.1.2. Analisis Deskriptif Data	45
4.1.2.1. Tanggapan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorsement</i>	45
4.1.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	47
4.1.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Nilai Hedonik	48
4.1.2.4. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang...	49
4.1.3. Uji Instrumen Penelitian	51
4.1.3.1. Uji Validitas.....	51
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	53
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	54
4.1.4.1. Uji Normalitas	54
4.1.4.2. Uji Linearitas	55
4.1.4.3. Uji Multikolinieritas	56
4.1.4.4. Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.5. Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.1.6. Uji Kelayakan Model Regresi	58
4.1.6.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.1.6.2. Pengujian Hipotesis Penelitian	59
4.2. Pembahasan	60
4.2.1. Hipotesis Pertama (H1) : Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli Ulang	60
4.2.2. Hipotesis Kedua (H2) : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	61
4.2.3. Hipotesis Ketiga (H3) : Pengaruh Nilai Hedonik Terhadap Minat	

Beli Ulang.....	61
BAB V PENUTUP.....	63
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	73