

## DAFTAR ISI

### JUDUL

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

### PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

### PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tinjauan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Batasan Masalah .....	10
1.6 Sistematika Pembahasan .....	11

## **BAB II KAJIAN TEORI**

2.1 Minat Beli Konsumen .....	12
2.1.1 Tahapan Proses Pengambilan <i>Purchase Intention</i> .....	13
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Membeli .....	16
2.2 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	20
2.3 <i>Credibility</i> .....	21
2.4 <i>Attractiveness</i> .....	22
2.5 <i>Power</i> .....	23
2.6 <i>Brand Image</i> .....	24
2.7 Pengembangan Hipotesis .....	24
2.7.1 Pengaruh <i>Credibility</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	25
2.7.2 Pengaruh <i>Attractiveness</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	27
2.7.3 Pengaruh <i>Power</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	29
2.7.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	31
2.8 Kerangka Pemikiran.....	32
2.9 Penelitian Terdahulu .....	33

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	35
3.2 Desain Penelitian.....	40
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
3.4 Populasi dan Sampel .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42

3.6 Skala Pengukuran.....	43
3.7 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.8 Evaluasi Model .....	45
3.8.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	45
3.8.1.1 Uji Validitas .....	46
3.8.1.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.8.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	47
3.8.2.1 Uji <i>Multicollinearity</i> .....	47
3.8.2.2 Uji <i>R-squares</i> .....	48
3.8.2.3 Uji t-statistik.....	48
3.9 Hasil Uji Studi Pendahuluan .....	49
3.9.1 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	49
3.9.2 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	52
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Responden.....	53
4.2 Statistik Deskriptif .....	54
4.2.1 <i>Credibility</i> .....	55
4.2.2 Persepsi <i>Attractiveness</i> .....	57
4.2.3 <i>Power</i> .....	59
4.2.4 <i>Brand Image</i> .....	60
4.2.5 <i>Purchase Intention</i> .....	63
4.3 Statistik Inferensial .....	65

4.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	65
4.3.1.1 Uji Reliabilitas .....	66
4.3.1.2 Uji Validitas .....	66
4.3.1.3 Uji Reliabilitas Kedua .....	70
4.3.1.4 Uji Validitas Kedua .....	71
4.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	74
4.3.2.1 Hasil Uji <i>Multicollinearity</i> .....	75
4.3.2.2 Nilai <i>R-squares</i> .....	76
4.4 Pembahasan .....	81
4.4.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	81
4.4.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	82
4.4.3 Pembahasan Hipotesis 3 .....	83
4.4.4 Pembahasan Hipotesis 4 .....	84

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Implikasi Teoritis .....	86
5.3 Implikasi Manajerial .....	89
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	91
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	92

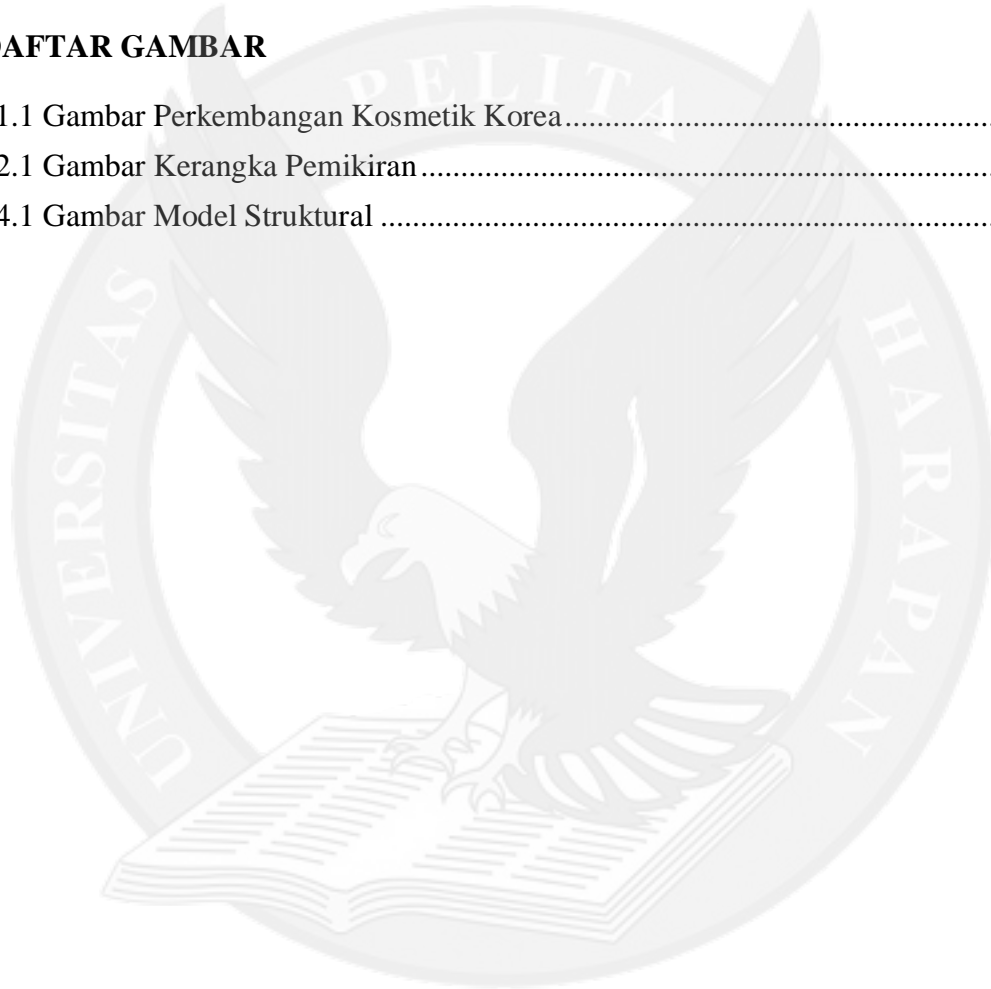
## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

### DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Perkembangan Kosmetik Korea.....	3
2.1 Gambar Kerangka Pemikiran.....	33
4.1 Gambar Model Struktural.....	75

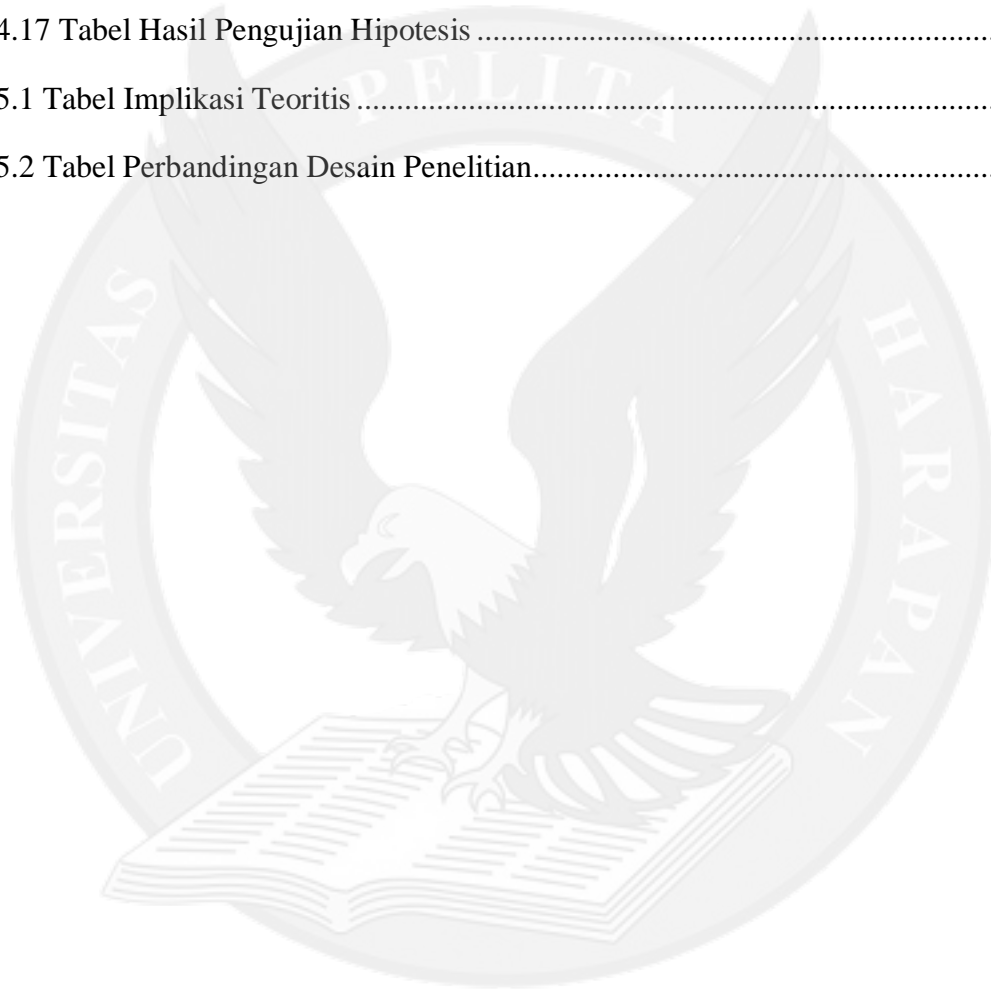


## DAFTAR TABEL

### DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Penjualan dan Pendapat Innisfree <i>Celebrity Endorser</i> Lee Min Ho.....	8
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu <i>Celebrity Endorsement</i> .....	21
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	33
3.1 Tabel Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	36
3.2 Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen.....	49
3.3 Tabel Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Konvergen.....	51
3.4 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	52
4.1 Tabel Responden yang Pernah Melihat Iklan Innisfree .....	53
4.2 Tabel Statistik Deskriptif <i>Credibility</i> .....	55
4.3 Tabel Statistik Deskriptif <i>Attractiveness</i> .....	58
4.4 Tabel Statistik Deskriptif <i>Power</i> .....	59
4.5 Tabel Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	61
4.6 Tabel Statistik Deskriptif <i>Purchase Intention</i> .....	64
4.7 Tabel Hasil Uji Reliabilitas .....	66
4.8 Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen.....	67
4.9 Tabel Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	69
4.10 Tabel Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	69
4.11 Tabel Hasil Uji Reliabilitas 2.....	70
4.12 Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen 2.....	71

4.13 Tabel Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) 2.....	73
4.14 Tabel Hasil Uji Validitas Diskriminan 2.....	73
4.15 Tabel Hasil Uji <i>Multicollinearity</i> .....	76
4.16 Tabel Nilai <i>R-squares</i> setiap Variabel .....	77
4.17 Tabel Hasil Pengujian Hipotesis .....	78
5.1 Tabel Implikasi Teoritis .....	87
5.2 Tabel Perbandingan Desain Penelitian.....	88



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Hasil Uji Karakteristik Responden

Lampiran 3: Hasil Uji Deskriptif

Lampiran 4: Hasil Uji PLS-SEM

