

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang “Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oppo *Smartphone*” ini guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Pelita Harapan. Penulis pun menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan karena segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, kami sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Selain itu penulis juga berterimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis secara spesifik berterima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph. D., selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P.M.M. selaku Kepala Program Studi Program Manajemen, Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang.
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P.M.M. selaku dosen pembimbing akademik
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku AOE konsentrasi retail manajemen Universitas Pelita Harapan. Karawaci, Tangerang.

5. Ibu Dr. Margareth Pink Berlianto, M.M., Ak., CA. selaku dosen Pembimbing Utama Skripsi yang telah bersedia memberikan bimbingan serta konsultasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E., M.Mktg., selaku dosen Pembimbing Pendamping Skripsi yang telah bersedia memberikan bimbingan serta konsultasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Partner dalam pembuatan tugas akhir skripsi ini.
8. Staff Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang yang telah membantu proses perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir skripsi.
9. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner penelitian penulis.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam penyelesaian tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen retail.

Jakarta, 21 November 2019

DAFTAR ISI

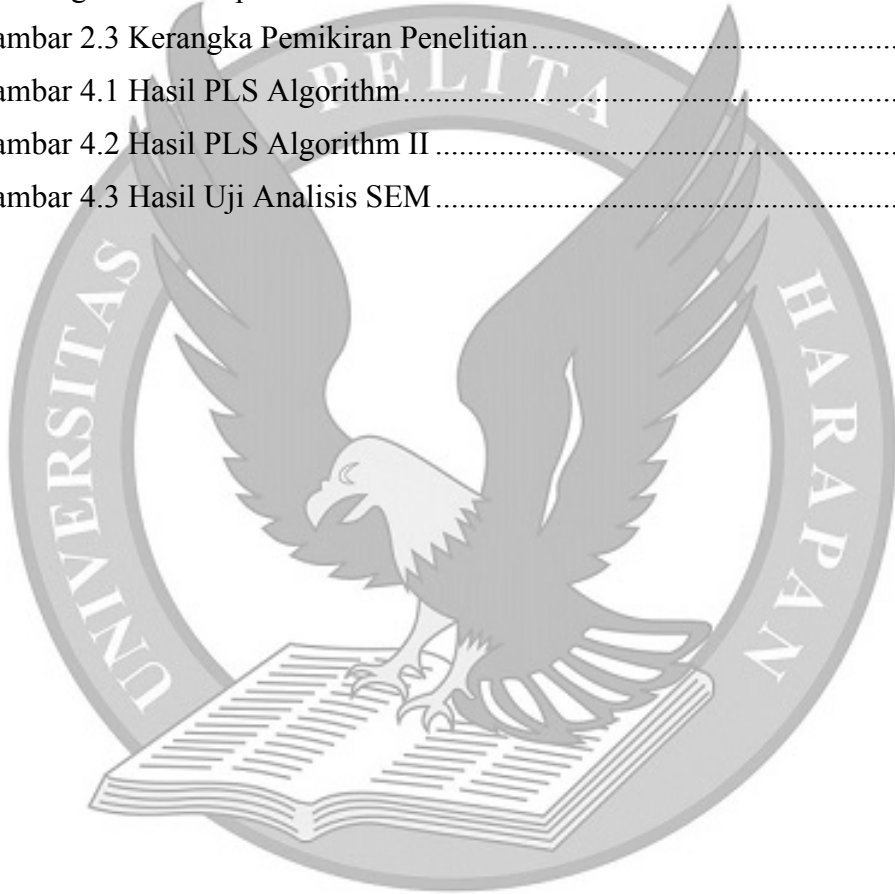
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	1
DAFTAR ISI	3
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR LAMPIRAN	8
BAB 1 PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Sistematika Penulisan	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Pemasaran	20
2.1.1 Bauran Pemasaran	21
2.2 Promosi	22
2.2.1 Konsep Dasar Pengembangan Berbagai Program IMC	23
2.2.2 Celebrity Endorsement	25
2.3 Brand	26
2.3.1 Brand Image (Citra Merek)	27
2.3.2 Brand Equity	28
2.4 Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)	29
2.4.1 Niat Pembelian (Purchase Intention)	32

2.5 Theory of Planned Behaviour	33
2.6 Hubungan antara Variabel	36
2.6.1 Variabel credibility celebrity endorsement terhadap brand image	36
2.6.2 Variabel attractiveness celebrity endorsement terhadap brand image	36
2.6.3 Variabel power celebrity endorsement terhadap brand image	37
2.6.4 Variabel brand image celebrity endorsement terhadap purchase intention	38
2.7 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian	40
3.3 Unit analisis	40
3.4 Operasional Variabel Penelitian	41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.6 Sumber Data	43
3.7 Metode Pengumpulan Data	44
3.8 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.9 Metode Analisis Data	48
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	48
3.9.2 Analisis Statistik Inferensial	49
3.10 Uji Instrumen	49
3.10.1 Uji Validitas	49
3.10.1.1 Convergent Validity	50
3.10.1.2 Discriminant Validity	51
3.10.2 Uji Reliabilitas	52
3.10.3 Coefficient of Determination (R^2)	52
3.11 Studi Pendahuluan (pre-test)	53
3.11.1 Validity Pre-Test Result	53
3.11.1.1 Convergent Validity Pre-test	54

3.11.1.2 Discriminant Validity Pre-test	54
3.11.2 Reliability Pre-Test Result	55
3.11.3 Coefficient of Determination (R^2) Pre-Test	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Profil Responden.....	57
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	59
4.2 Hasil Uji Instrumen	60
4.2.1 Internal Consistency Reliability	64
4.2.2 Indicator Reliability	65
4.2.3 Convergent Validity	67
4.2.4 Discriminant Validity	67
4.2.5 Coefficient of Determination (R^2)	69
4.3 Hasil Uji Hipotesis	69
4.4 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi	80
5.2.1 Implikasi Teoritis	80
5.2.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	85
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan pemakai smartphone di Indonesia dari tahun 2013-2018.....	11
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	32
Gambar 2.2 Tahapan Diantara Pengevaluasian Alternatif dan Pengambilan Keputusan	32
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Hasil PLS Algorithm.....	66
Gambar 4.2 Hasil PLS Algorithm II	67
Gambar 4.3 Hasil Uji Analisis SEM.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Smartphone terlaris di Indonesia sepanjang tahun 2015, 2016, dan 2017	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Hasil Uji Outer Loadings	57
Tabel 3.3 Hasil Uji Average Variance Extracted	57
Tabel 3.4 Hasil Uji Cross Loadings	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Cronbach's Alpha	59
Tabel 3.6 Hasil Uji Composite Reliability	59
Tabel 3.7 Hasil Uji R Square	60
Tabel 4.1 Profil Responden.....	61
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Analisis Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	68
Tabel 4.3 Hasil Uji Composite Reliability.....	68
Tabel 4.4 Hasil Uji Outer Loadings	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Cross Loadings	72
Tabel 4.7 Hasil Uji R Square	73
Tabel 4.8 Uji Hipotesis	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	KUESIONER PENELITIAN
Lampiran II	HASIL DATA RESPONDEN
Lampiran III	HASIL PENGOLAHAN DATA STUDI PENDAHULUAN
Lampiran IV	HASILPENGOLAHAN DATA PENELITIAN AKTUAL

