

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Kerangka Teoritis	17
2.1.1 Minat Beli.....	17

2.1.1.1 Pengertian Minat Beli	17
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	18
2.1.1.3 Indikator Minat Beli	19
2.1.2 <i>Influencer Marketing</i>	20
2.1.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	20
2.1.3.1 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	21
2.1.3 <i>Celebrity Endorsment</i>	22
2.1.2.1 Pengertian <i>Celebrity Endorsment</i>	22
2.1.2.2 Indikator <i>Celebrity Endorsment</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.3.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Minat Beli	30
2.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap Minat Beli	31
2.3.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap Minat Beli.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Waktu Penelitian.....	38
3.3.2 Populasi.....	38
3.3.3 Sampel.....	39
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.4.1 Variabel Penelitian.....	41
3.4.2 Definisi Operasional.....	42
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	44
3.5.1 Observasi.....	44
3.5.2 Kuesioner (Angket).....	44
3.5.3 Studi Kepustakaan.....	46
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	46
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.1 Uji Normalitas.....	49

3.7.2 Uji Multikolinearitas	50
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.8.2 Uji Hipotesis	51
3.8.2.1 Uji t (Uji Parsial)	51
3.8.2.2 Uji F (Uji Simultan)	52
3.8.2.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	54
4.1.1 Profil Scarlett Whitening	54
4.1.2 Visi dan Misi Scarlett Whitening	56
4.2 Identitas Responden	56
4.3 Uji Instrumen Penelitian	60
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Influencer Marketing (X_1)	61
4.3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Celebrity Endorsment (X_2)	63
4.3.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)	65

4.4 Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1 Uji Normalitas	67
4.4.2 Uji Multikolinearitas	70
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	72
4.5 Teknik Analisis Data	73
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.5.2 Uji Hipotesis	75
4.5.2.1 Uji T (Uji Parsial)	75
4.5.2.2 Uji F (Uji Simultan)	77
4.5.2.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	78
4.6 Pembahasan Hasil Pembahasan	79
4.6.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Minat Beli <i>Body Lotion</i> Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan	79
4.6.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap Minat Beli <i>Body Lotion</i> Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan	81

4.6.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap Minat Beli <i>Body Lotion</i> Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

THE
Character Building
UNIVERSITY