

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Iklan	14
2.1.1.1 Pengertian Iklan	14
2.1.1.2 Beberapa Komponen Yang Ada Dalam Definisi Iklan	15
2.1.1.3 Daya Tarik Iklan.....	16
2.1.1.4 Tujuan periklanan	18
2.1.1.5 Manfaat Iklan	18
2.1.2 Iklan Televisi.....	19
2.1.2.1 Bentuk-bentuk Iklan Televisi	20
2.1.2.2 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	20
2.1.3 Celebrity Endorser.....	22
2.1.3.1 Indikator Celebrity Endorser	23
2.1.3.2 Manfaat dan Peran Celebrity Endorser	24
2.1.4 Minat Beli.....	25

2.2 Penelitian Relevan	27
2.3 Kerangka Berpikir	30
2.4 Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.3.1 Variabel Penelitian.....	34
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Penelitian Lapangan.....	36
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	39
3.5.1 Uji Validitas Angket.....	39
3.5.2 Uji Reliabilitas Angket.....	40
3.6 Uji Asumsi Klasik	41
3.6.1 Uji Normalitas	42
3.6.2 Uji Linearitas	42
3.6.3 Uji Multikolinearitas	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	44
3.7.2 Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	44
3.7.3 Langkah-Langkah Analisis Jalur	49
3.8 Uji Hipotesis.....	51
3.8.1 Uji t (Parsial)	51
3.8.2 Uji F (Simultan)	52
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Sejarah Berdirinya Shopee	54

4.1.2 Logo Shopee.....	56
4.1.3 Visi dan Misi Shopee	56
4.1.4 Iklan Shopee	57
4.1.5 Segmentasi	57
4.1.6 Celebrity Endorser Shopee.....	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2.1 Pelaksanaan Penelitian	60
4.2.2 Tabulasi Data Penelitian.....	61
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	63
4.3.1 Uji validitas dan Reliabilitas Angket.....	63
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Iklan TV (X1).....	64
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Celebrity Endorser (X2)	65
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli (Y)	67
4.4 Teknik Analisis Data	68
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1.1 Uji Normalitas	68
4.4.1.2 Uji Linearitas	70
4.4.1.3 Uji Multikolinearitas	71
4.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	72
4.5.1 Model Persamaan Jalur	73
4.5.2 Pembahasan Analisis Jalur.....	83
4.6 Uji Hipotesis.....	85
4.6.1 Uji Parsial (t)	85
4.6.2 Uji f	86
4.6.3 Uji Koefisien Determinan	87
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92