

DAFTAR ISI

Halaman	
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 <i>Celebrity Endorsment</i>	11
2.1.1.1 Pengertian <i>Celebrity Endorsment</i>	11
2.1.1.2 Peran <i>Celebrity Endorsment</i>	13
2.1.1.3 Indikator <i>Celebrity Endorsment</i>	14
2.1.2 <i>Consumer Satisfaction</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Consumer Satisfaction</i>	14
2.1.2.2 Mengukur <i>Consumer Satisfaction</i>	16
2.1.2.3 Faktor - Faktor <i>Consumer Satisfaction</i>	17
2.1.2.4 Indikator <i>Consumer Satisfaction</i>	18
2.1.3 <i>Celebrity – Product Congruence</i>	19
2.1.3.1 Pengertian <i>Celebrity – Product Congruence</i>	19
2.1.3.2 Indikator <i>Celebrity – Product Congruence</i>	20
2.1.4 Kajian Empiris	21
2.2 Kerangka Pemikiran	23
2.3 Hipotesis	27

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.2.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2.2 Operasionalisasi variabel	29
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data	31
3.2.3.2 Populasi Sasaran.....	31
3.2.3.3 Penentuan Sampel	31
3.2.3.4 Teknik Sampling	32
3.2.3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.4 Model Penelitian	33
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.2.5.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	34
3.2.5.2 Pengembangan Path Diagram	35
3.2.5.3 Konversi Path ke Dalam Diagram.....	37
3.2.5.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	38
3.2.5.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	39
3.2.5.6 Asumsi SEM	39
3.2.5.7 Evaluasi Kinerja Goodnes-of-fit	40
3.2.5.8 Uji Validasi dan Reabilitas.....	43
3.2.5.9 Evaluasi Atas Regretion Weight Sebagai Pengujian Hipotesis 43	
3.2.5.10 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	44
3.2.5.11 Uji Sobel.....	44
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	46
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	50
4.1.3 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	54
4.1.4 Uji Kelayakan Model	55
4.1.4.1 Uji Kelayakan Model Structural (Analisis Faktor Konfirmatori)	55

4.1.4.2	Uji Kelayakan Model Pengukuran (Measurement Model/gfi)	58
4.1.4.3	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	59
4.1.5	Uji Validitas dan Reabilitas	60
4.1.6	Pengujian Hipotesis.....	60
4.2	Pembahasan	63
4.2.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	63
4.2.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap <i>Celebrity-Product Congruence</i>	64
4.2.3	Pengaruh <i>Celebrity-Product Congruence</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	65
4.2.4	<i>Celebrity-Product Congruence</i> memediasi <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	66
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
2.1	Peneliti Terdahulu	21
3.1	Operasionalisasi Variabel	29
3.2	Variabel Dan Konstruk Penelitian	35
3.3	Model Persamaan Struktural	37
3.4	Model Pengukuran	38
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-Of-Fit Index</i>)	42
4.1	Usia Responden	46
4.2	Brand Skincare	47
4.3	<i>Influencer</i>	48
4.4	Domisili	49
4.5	Sosial Media	50
4.6	Klasifikasi Penilaian	51
4.7	Analisa Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsment</i>	51
4.8	Analisa Deskriptif <i>Celebrity-Product Congruence</i>	52
4.9	Analisa Deskriptif Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	53
4.10	<i>Goodness Of Fit</i>	59
4.11	Uji Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
3.1	Model Pengumpulan Data	33
3.2	Model Penelitian	34
3.3	Path Diagram Penelitian	36
4.1	CFA Variabel Celebrity Endorsment	56
4.2	CFA Variabel Celebrity-Product Congruence	56
4.3	CFA Variabel Consumer Satisfaction	57
4.4	Analisa AMOS	58