

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktik	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	8
1.5.1 Lokasi Penelitian	8
1.5.2 Jadwal Penelitian	8
BAB II	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Celebrity Endorsement	9
2.1.1.1 Pengertian Celebrity Endorsement	9
2.1.1.2 Indikator Celebrity Endorsement	10
2.1.2 Brand Awareness	11
2.1.2.1 Pengertian Brand Awareness	11
2.1.2.2 Indikator Brand Awareness	13
2.1.3 Purchase Intention	14
2.1.3.1 Pengertian Purchase Intention	14
2.1.3.2 Indikator Purchase Intention	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis	23

BAB III	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	26
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.2.1 Jenis Data	32
3.2.2.2 Populasi Sasaran	32
3.2.2.3 Penentuan Sampel	33
3.2.2.4 Teknik Sampling	33
3.2.2.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.3 Model Penelitian	35
3.4 Teknik Analisis Data	36
3.4.1 Analisa Data Structural Equation Modelling (SEM)	36
3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	37
3.4.1.2 Pengembangan Path Diagram	38
3.4.1.3 Konversi Path Dalam Persamaan	39
3.4.1.4 Memilih Matriks Input Persamaan Model	41
3.4.1.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	42
3.4.1.6 Evaluasi Asumsi SEM	42
3.4.1.7 Evaluasi Kinerja Goodness-of-fit	44
3.4.1.8 Uji Reliabilitas dan Validitas	46
3.4.1.9 Evaluasi Atas Regretion Weight Sebagai Pengujian Hipotesis	47
3.4.1.10 Intepretasi dan Identifikasi Model	48
BAB IV	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Analisis Deksriptif Responden	49
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.1.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)'	52
4.1.2.1 Uji Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)	52
4.1.2.1.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel eksogen	53
4.1.2.1.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	55
4.1.2.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	59

4.1.2.2.1	Uji Normalitas	59
4.1.2.2.2	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	60
4.1.2.2.3	Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	60
4.1.2.2.4	Uji Multikoloniaritas dan Singularitas	61
4.1.2.3	Evaluasi Kinerja Goodnes-of-fit	61
4.1.2.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
4.1.2.5	Pengujian Hipotesis.....	68
4.2	Pembahasan	69
4.2.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.....	69
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.....	70
4.2.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.....	71
BAB V	73
5.1	Simpulan	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

3. 1 Skala Bipolar Adjective	35
3. 2 Model Penelitian.....	36
3. 3 Path Diagram Penelitian.....	39
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4. 3 Hasil Confirmatory Factor Analysis Variabel Eksogen	53
4. 4 Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen	56
4. 5 Evaluasi Kinerja Goodness-of-Fit	62

DAFTAR TABEL

2. 1 Penelitian Terdahulu	16
3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	27
3. 2 Variabel dan Konstruk Penelitian.....	37
3. 3 Model Persamaan Struktural	40
3. 4 Model Persamaan Struktural	40
3. 5 Indeks Pengujian Kelayakan Model (Goodness-of fit Index)	46
4. 1 Confirmatory Factor Analysis Variabel Eksogen.....	54
4. 2 Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen	58
4. 3 Uji Normalitas	59
4. 4 Hasil Pengujian Goodness of Fit.....	62
4. 5 Uji Validitas	63
4. 6 Uji Signifikan Koefisien.....	68
4. 7 Uji Signifikan Koefisien.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 3 Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM	93
Lampiran 4 Model Fit Summary	94
Lampiran 5 Estimate Regression Weight	96
Lampiran 6 Matriks Kovarians.....	97