

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Masalah	15
1.2 Identifikasi Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	22
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu	22
1.4.2 Kegunaan Praktis	22
1.5 Lokasi dan Waktu penelitian	23
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	23
1.5.2 Waktu Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	24
2.1 Tinjauan Pustaka	24
2.1.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	24
2.1.1.1 Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	24
2.1.1.2 Indikator <i>Celebrity endorsement</i>	25
2.1.2 Kredibilitas Merek	26
2.1.2.1 Pengertian Kredibilitas Merek	27
2.1.2.2 Indikator Kredibilitas Merek.....	28
2.1.3 Minat Beli	29
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli	30
2.1.3.3 Faktor- Faktor yang Memengaruhi Minat Beli	31

2.1.3.4 Indikator Minat Beli	32
2.1.4 Penelitian terdahulu.....	33
2.2 Kerangka Pemikiran	36
2.3 Hipotesis	40
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	41
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2.2.1 Jenis Data	45
1. Data Primer.....	45
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	46
3.2.2.3 Penentuan Sampel	46
3.2.2.4 Teknik Sampling	46
3.2.2.5 Metode Pengumpulan Data	47
3.3 Model Penelitian.....	48
3.4 Teknik Analisis Data	48
3.4.1 Analisa Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	48
3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	49
3.4.1.2 Pengembangan <i>Path</i> Diagram.....	50
3.4.1.3 Konversi <i>Path</i> ke Dalam Diagram	51
3.4.1.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	53
3.4.1.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	53
3.4.1.6 Evaluasi Asumsi SEM.....	53
3.4.1.7 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	56
3.4.1.9 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis.....	59
3.4.1.10 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	59
3.4.1.11 Uji Sobel (Sobel Test).....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	61

4.1.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	63
4.1.2.1 Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	64
4.1.2.1.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	64
4.1.2.1.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	66
4.1.3 Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM.....	69
4.1.3.1 Uji Normalitas	69
4.1.3.2 Uji Sampel.....	70
4.1.3.3 Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	70
4.1.3.4 Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	71
4.1.3.5 Evaluasi Multikolinieritas dan Singularitas.....	71
4.1.3.6 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	71
4.1.3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
4.1.3.8 Pengujian Hipotesis	75
4.1.3.9 Pengujian Mediasi Variabel	78
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap minat beli konsumen pada <i>skincare</i> Scarlett Whitening	79
4.2.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap kredibilitas merek pada <i>skincare</i> Scarlett Whitening	81
4.2.3 Pengaruh Kredibilitas merek terhadap minat beli konsumen pada <i>skincare</i> Scarlett Whitening	84
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.2	Variabel dan Konstruk Variabel	49
Tabel 3.3	Model Persamaan Struktural	52
Tabel 3.4	Model Pengukuran	52
Tabel 3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of fit Index</i>)	57
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	66
Tabel 4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	68
Tabel 4.6	Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Goodness of fit</i>	72
Tabel 4.8	Uji Validitas	74
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.10	Uji signifikansi Koefisien	76
Tabel 4.11	Pengaruh Variabel.....	76

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.1	10 Brand Produk Perawatan Kecantikan Terlaris di <i>E-Commerce</i> Tahun 2022.....	19
Gambar 3.1	Model Penelitian	48
Gambar 4.1	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	65
Gambar 4.2	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	67
Gambar 4.3	Evaluasi Kinerja <i>Goodness of Fit</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1	Jadwal Penelitian	94
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 3	Data Hasil kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 4	<i>Univariate Outlier</i>	104
Lampiran 5	<i>Multivariate Outlier</i>	104
Lampiran 6	Matriks Kovarian.....	107
Lampiran 7	Evaluasi <i>Goodness of fit</i>	108
Lampiran 8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	109
Lampiran 9	Estimasi <i>Regression Weight</i>	111
Lampiran 10	Uji Sobel	112