

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	
ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Konsep Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3. Periklanan.....	16
2.1.3.1. Endorsement	18
2.1.3.1.1. Celebrity Endorsement.....	18
2.1.3.1.2. Kredibilitas Endorser Selebriti	20
2.1.4 Citra Toko	
2.1.4.1 Pengertian Citra Toko	21
2.1.4.2 Elemen Citra Toko.....	21
2.1.5 Perilaku Konsumen	
2.1.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2.1.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen....	23
2.1.6 Niat Konsumen	24
2.1.6.1. Niat <i>Follow</i>	25
2.1.6.2. Niat Beli.....	25

2.2 Hubungan Antar Variabel	
2.2.1 Kredibilitas Endorser Selebriti terhadap Citra Toko.....	26
2.2.2 Citra Toko Terhadap Niat Berperilaku	27
2.2.3 Citra Toko Terhadap Niat Beli.....	28
2.2.4 Niat Berperilaku terhadap Niat Beli.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Model Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Identifikasi Variabel.....	33
3.3 Definisi Operasional	34
3.3.1 Variabel Eksogen	34
3.3.2 Variabel Endogen.....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	37
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	37
3.5.1 Prosedur Pemilihan dan Penentuan Sampel.....	37
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis	39
3.6.1 Uji Reliabilitas	39
3.6.2 Uji Validitas	41
3.6.3 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	
4.1.1 Objek Penelitian	49
4.1.2 Subjek Penelitian.....	50
4.1.3 Karakteristik Responden	51
4.1.3.1 Gender Responden	51
4.1.3.2 Usia Responden.....	51
4.1.3.3 Profesi Responden.....	52
4.1.3.4 Penggunaan Internet.....	53
4.1.3.5 Pernyataan Memiliki Akun Instagram	54
4.1.3.6 Keanggotaan Pengguna Instagram.....	54
4.1.3.7 Durasi Dalam Membuka Instagram	55
4.1.3.8 Total Posting Ke Akun Instagram.....	56
4.1.3.9 Pernyataan Pernah Berbelanja di Instagram	56
4.1.3.10 Pengetahuan Tentang Merk Cosmic	57

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.2.1 Uji Validitas Internal.....	57
4.2.2 Uji Reliabilitas	59
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	
4.3.1 Variabel Kredibilitas Endorser Selebriti.....	60
4.3.2 Variabel Citra Toko.....	61
4.3.3 Variabel Niat Berperilaku	62
4.3.4 Variabel Niat Beli	62
4.4 Analisis Hasil dan Pengujian Hipotesis	
4.4.1 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	63
4.4.1.1 Analisis <i>Measurement Model</i>	63
4.4.2 Analisis <i>Structural Model</i>	72
4.4.2.1 Uji Asumsi SEM	72
4.4.2.2 Uji <i>Goodness-of-Fit</i> Model	76
4.4.2.3 Uji Kausalitas dan Hipotesis	77
4.4.2.4. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	79
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	
4.5.1 Pengaruh Kredibilitas Endorser Selebriti Terhadap Citra Toko	80
4.5.2 Pengaruh Citra Toko Terhadap Niat Berperilaku	81
4.5.3 Pengaruh Citra Toko Terhadap Niat Beli.....	81
4.5.4 Pengaruh Niat berperilaku Terhadap Niat Beli.....	83

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan dan Kontribusi Penelitian	
5.1.1 Simpulan	84
5.1.2 Kontribusi Penelitian	
5.1.2.1 Bagi Pihak Pemasar.....	84
5.1.2.2 Bagi Pihak Akademisi.....	86
5.2 Kelemahan Penelitian	86
5.3 Saran dan Rekomendasi.....	87
5.3.1 Saran Bagi Pihak Pengelola Toko Online.....	87
5.3.2 Saran Bagi Pihak Akademisi	88

DAFTAR PUSTAKA

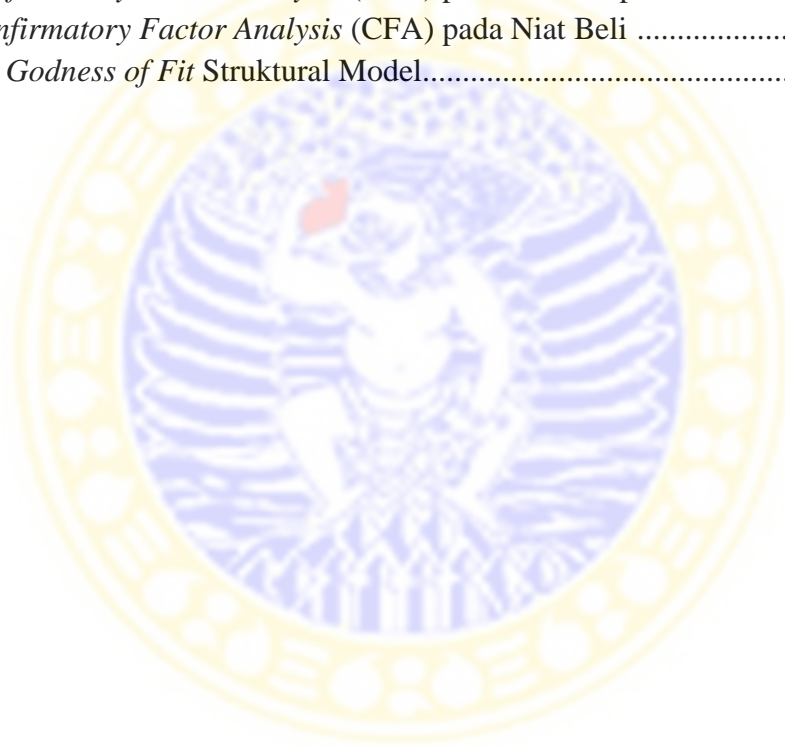
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Goodness of fit index</i>	46
Tabel 4.1 Gender Responden.....	51
Tabel 4.2 Usia Responden	52
Tabel 4.3 Profesi Responden	53
Tabel 4.4 Penggunaan Internet	54
Tabel 4.5 Pernyataan Memiliki Instagram.....	54
Tabel 4.6 Keanggotaan Pengguna Instagram.....	55
Tabel 4.7 Durasi Sekali Membuka Instagram.....	55
Tabel 4.8 Total Posting Foto Responden.....	56
Tabel 4.9 Pernyataan Pernah Berbelanja Online di Instagram	56
Tabel 4.10 Pengetahuan Tentang Merk Cosmic	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Internal.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.13 Penilaian Responden Mengenai Kredibilitas Endorser Selebriti.....	61
Tabel 4.14 Penilaian Responden Mengenai Citra Toko	61
Tabel 4.15 Penilaian Responden Mengenai Niat Berperilaku.....	62
Tabel 4.16 Penilaian Responden Mengenai Niat Beli	63
Tabel 4.17 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> pada Kredibilitas Endorser Selebriti.....	66
Tabel 4.18 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> pada Citra Toko.....	68
Tabel 4.19 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> pada Niat Berperilaku	70
Tabel 4.20 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> pada Niat Beli.....	72
Tabel 4.21 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.22 Uji <i>Outlier</i>	75
Tabel 4.23 Pengujian <i>Goodness of Fit</i> Pada <i>Structural Model</i>	77
Tabel 4.24 <i>Regression Weight Structural</i>	78
Tabel 4.28 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Cosmic Artist Series</i>	4
Gambar 1.2 <i>Cosmic x David Bayu Series</i>	5
Gambar 1.3 Iklan dan Promosi <i>Cosmic</i>	6
Gambar 2.1 <i>Marketing Concept</i>	14
Gambar 2.2 Model Penelitian	32
Gambar 4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> pada Kredibilitas Endorser Selebriti.....	64
Gambar 4.2 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> pada Kredibilitas Endorser Selebriti (Setelah Modifikasi)	65
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> pada Citra Toko.....	67
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> pada Niat Berperilaku.....	69
Gambar 4.5 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> pada Niat Beli	71
Gambar 4.6 Uji <i>Godness of Fit</i> Struktural Model.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran III Karakteristik Responden
- Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran V Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran VI Uji CFA dan *Validity Construct*
- Lampiran VII Hasil Uji Asumsi SEM
- Lampiran VIII Hasil Uji Struktural Model
- Lampiran IX Uji Hipotesis

