

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo perusahaan	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	17
1.4 Tujuan penelitian.....	18
1.5 Kegunaan penelitian	18
1.5.1 Aspek Teoritis	18
1.5.2 Aspek Praktisi	18
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	18
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Rangkuman Teori.....	20

2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	21
2.1.3 Influencer	23
2.1.4 Citra Merek	24
2.1.5 Kualitas Produk	25
2.1.6 Keputusan Pembelian	27
2.2 Hubungan Antar Variabel	29
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka Pemikiran	37
2.5 Hipotesis Penelitian	39
2.6. Ruang Lingkup Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Operasional Variabel dan Tabel Pengukuran	40
3.2.1 Operasional Variabel	40
3.2.2 Skala Pengukuran	44
3.2.3 Tahapan Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	46
3.4 Pengumpulan data dan Sumber Data	48
3.4.1 Pengumpulan Data	48
3.4.2 Sumber Data	48
3.5 Pengukuran Instrumen Penelitian	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1 Uji Validitas	49
3.6.2 Uji Reabilititas	51
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.7.1 Analisis Deskriptif	53

3.7.2 Uji Asumsi Klasik	54
3.7.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.7.4 Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Responden.....	58
4.2 Karakteristik Responden	58
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan usia	58
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	59
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	59
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	60
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	60
4.3.2 Hasil Uji Reabilitas	61
4.4 Hasil Analisis Deskriptif.....	61
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.5.1 Uji Normalitas.....	68
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	71
4.5.3 Uji Heteroskedastistas	72
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.7 Uji Hipotesis	74
4.7.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	74
4.7.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	75
4.7.3 Koefisien Determinasi (R ²)	76
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
4.8.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Influencer (X1)	77
4.8.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X2)	78
4.8.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	78
4.8.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79
4.8.5 Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian	79
4.8.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.8.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81

4.8.8 Pengaruh Influencer, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	88