

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK i

ABSTARCT ii

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xv

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian..... 7

D. Manfaat Penelitian..... 7

BAB II KERANGKA TEORITIS 9

A. Tinjauan Pustaka 9

1. Selebgram *Endorsment*..... 9

a. Pengertian Selebgram *Endorsment*..... 9

b. Fungsi Periklanan 11

c. Karakteristik Periklanan 12

d. Atribut Selebgram Selebgram *Endorsment* 15

2. Kepercayaan Konsumen 16

a.	Pengertian Kepercayaan	16
b.	Manfaat Kepercayaan Konsumen.....	17
c.	Indikator Kepercayaan Konsumen	18
d.	Upaya-upaya yang dapat mempengaruhi Kepercayaan Konsumen	19
e.	Model Struktural Sikap Konsumen	20
3.	Minat Beli Konsumen.....	22
a.	Pengertian Minat Beli Konsumen	22
b.	Aspek-aspek dalam Minat Beli	25
c.	Faktor - Faktor yang mempengaruhi Minat Beli	26
B.	Penelitian Terdahulu.....	31
C.	Kerangka Pemikiran	34
D.	Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
A.	Metode Penelitian	39
B.	Operasionalisasi Variabel	40
1.	Variabel Independen (X).....	40
2.	Variabel Dependen (Y).....	41
3.	Variabel Intervening (Z)	42
C.	Populasi Dan Sampel.....	44
D.	Teknik Pengumpulan Data	45
E.	Instrumen Penelitian	45
1.	Uji validitas	47

2. Uji Reliabilitas	50
F. Uji Persyaratan Analisis	51
1. Uji Asumsi Dasar.....	52
a. Uji normalitas	52
b. Uji Linieritas.....	52
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Heteroskedastisitas	54
b. Uji Multikolinieritas	54
G. Teknik Analisis Data	54
1. Analisis Statistik Deskriptif	55
2. Teknik Analisis data & Uji Hipotesis	55
a. Penentuan Hipotesis	55
b. Pengujian Hipotesis Dengan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).	56
H. Tempat Dan Waktu.....	58
1. Tempat Penelitian	58
2. Waktu Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Profil Kalisha.....	61
1. Sejarah Perusahaan	61
2. Logo Perusahaan.....	61
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	62
4. Nilai – nilai Perusahaan	62

a.	Integritas	62
b.	Teamwork.....	62
c.	Exellence	62
B.	Hasil Penelitian.....	62
1.	Pengolahan Data Penelitian	62
2.	Uji Persyaratan Analisis	63
a.	Uji Asumsi Dasar	63
b.	Uji Asumsi Klasik	65
3.	Analisis Statistik Deskriptif	67
a.	Selebgram <i>Endorsment</i>	67
b.	Minat Beli.....	70
c.	Kepercayaan	73
4.	Analisis Jalur (<i>Analisis Path</i>).....	76
a.	Uji hipotesis 1 – 3.....	76
b.	Perhitungan Pengaruh Variabel.....	84
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
1.	Pengaruh Selebgram <i>Endorsment</i> terhadap Kepercayaan pada Produk Pakaian Muslimah Kalisha	86
2.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Produk Pakaian Muslimah Kalisha	87
3.	Pengaruh Selebgram <i>Endorsment</i> terhadap Minat Beli pada Produk Pakaian Muslimah Kalisha	89

4. Pengaruh Selebgram <i>Endorsment</i> terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Produk Pakaian Muslimah Kalisha	90
BAB V PENUTUP.....	92
A. Simpulan.....	92
B. Saran... ..	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95