

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Intisari	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Pemasaran	15
2.2 Bauran Pemasaran	16
2.3 Promosi	19
2.4 Bauran Promosi.....	20
2.5 Iklan	24
2.6 Endorser	29

2.7 Perilaku Konsumen	34
2.8 Keputusan Pembelian.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian.....	52
3.3 Instrumen, syarat Instrumen yang baik untuk pedoman kuisisioner dan bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuisisioner	59
3.4 Metode Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pelaksanaan Endorser Di Insave Clothing	67
4.2 Karakteristik Responden	70
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Pelaksaan Endorser Insave Clothing.....	73
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Di Insave Clothing.....	90
4.5 Pengaruh <i>Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Insave Clothing	95
4.5 Pengujian Hipotesis.....	97
4.6 Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.4 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Uang Saku/ Pendapatan	71
Tabel 4.5 Rentang Klasifikasi variable	74
Tabel 4.6 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk.....	74
Tabel 4.7 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki pengalaman di dunia entertainment	75
Tabel 4.8 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki cukup pengalaman dibidangnya.....	76
Tabel 4.9 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki kualitas untuk berkomunikasi	77
Tabel 4.10 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) mampu meyakinkan pelanggan untuk membeli.....	78
Tabel 4.11 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) membuat pelanggan fanatic terhadap produk	79
Tabel 4.12 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) jujur dalam menyampaikan pernyataanya	80
Tabel 4.13 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) dapat	

memberikan jaminan dari setiap perkataannya	81
Tabel 4.14 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) tulus dalam memberikan informasi.....	82
Tabel 4.15 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) berpenampilan menarik.....	83
Tabel 4.16 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki ekspresi wajah menarik.....	84
Tabel 4.17 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki selera humor	85
Tabel 4.18 Celebrity Endorser Insave Clothing (Gading Marteen) memiliki gaya bicara yang meyakinkan	86
Tabel 4.19 Total Pembobotan Variabel Endorser	88
Tabel 4.20 Konsumen selalu memilih produk-produk yang ditawarkan Insave Clothing	90
Tabel 4.21 Konsumen selalu memilih merek-merek Insave Clothing	91
Tabel 4.22 Konsumen memilih membeli produk-produk Insave Clothing langsung di lokasinya (Jl. Ciguriang)	92
Tabel 4.23 Konsumen membeli produk-produk Insave Clothing (perbulan / pertahun)	93
Tabel 4.24 Total Pembobotan Variabel Keputusan Pembelian	94
Tabel 4.25 Pengaruh Endorser Terhadap keputusan Pembelian	95
Tabel 4.26 Koefisien Regresi.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Penjualan Insave Clothing Periode Tahun 2012-2013	2
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
Gambar 2.2 Bauran Promosi	25
Gambar 2.3 <i>The Five Ms of Advertising</i>	28
Gambar 2.4 Model Perilaku Konsumen	34
Gambar 2.5 <i>Maslow's Hierrarchy of Needs</i>	37
Gambar 2.6 Model Lima Tahap Proses pembelian Konsumen.....	43
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.1 Aspek Expertise (keahlian)	67
Gambar 4.2 Aspek Trustworthiness (kepercayaan)	68
Gambar 4.3 Aspek Likeability (disukai).....	69
Gambar 4.4 Grafik Distribusi t	97

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran SPSS

Lampiran Pedoman Koesioner

Lampiran Uji Validitas dan reliabilitas

