

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, TESTIMONI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU
VANS DI KOTA BEKASI**

***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT,
TESTIMONIALS, AND PRODUCT QUALITY ON INTEREST TO
BUY VANS SHOES IN BEKASI CITY***

Oleh

Arman Dwi Prayogo

2018410074

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, TESTIMONI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU
VANS DI KOTA BEKASI**

***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT,
TESTIMONIALS, AND PRODUCT QUALITY ON INTEREST TO
BUY VANS SHOES IN BEKASI CITY***

Oleh

Arman Dwi Prayogo

2018410074

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

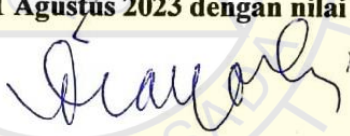
**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, TESTIMONI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU
VANS DI KOTA BEKASI**

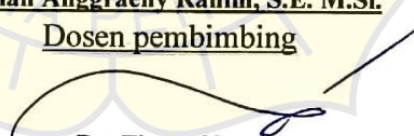
***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT,
TESTIMONIALS, AND PRODUCT QUALITY ON INTEREST TO
BUY VANS SHOES IN BEKASI CITY***

Oleh
Arman Dwi Prayogo
2018410074

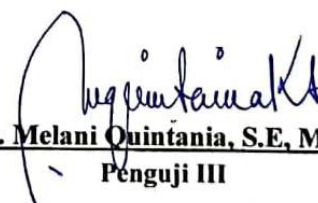
SKRIPSI

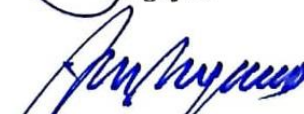
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 11 Agustus 2023 dengan nilai B-

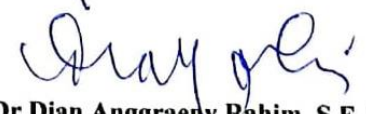

Dr Dian Anggraeny Rahim, S.E. M.Si.
Dosen pembimbing


Dr, Firsan Nova
Penguji I/ Ketua


Ellena Nurfazria Handayani, S.E. M.M
Penguji II


Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd
Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr Dian Anggraeny Rahim, S.E. M.Si.
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arman Dwi Prayogo

NIM : 2018410074

Jurusan/ Peminatan : Manajemen/ Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri murni dari gagasan dan rumusan pemikiran penulis tanpa bantuan pihak lain kecuali dosen pembimbing. Penelitian ini bukan hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2023



METERAI
TEMPEL
10A/CX/842512805
Arman Dwi Prayogo

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas produk terhadap minat beli sepatu Vans di Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 96 pelanggan yang pernah membeli sepatu Vans di Bekasi. Sampel diambil menggunakan metode rasio purba, pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis regresi linier (sederhana dan berganda). Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, sedangkan secara parsial menggunakan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas produk terhadap minat beli sepatu Vans di Kota Bekasi sebesar 70% sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. *Celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat beli sepatu Vans di Kota Bekasi.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, Testimoni, Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of celebrity endorsements, testimonials and product quality on the intention to buy Vans shoes in Bekasi City. This research was conducted using data collection methods by distributing questionnaires to 96 customers who had bought Vans shoes in Bekasi. Samples were taken using the ancient rao method. Data quality testing in this study used validity and reliability tests. Data were analyzed using simple linear regression analysis and multiple linear regression analysis was performed as statistical requirements that must be met in carrying out linear regression analysis (simple and multiple). Simultaneously testing the hypothesis using the F test, while partially using the t test.

The results showed that there was an influence of celebrity endorsements, testimonials and product quality on the intention to buy Vans shoes in Bekasi City by 70%, the remaining 30% were influenced by other factors outside of this study. Celebrity endorsements, testimonials and product quality partially have an influence on the intention to buy Vans shoes in Bekasi City.

Keywords: Celebrity Endorsement, Testimonial, Product Quality, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Testimoni dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Vans di Kota Bekasi** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada.

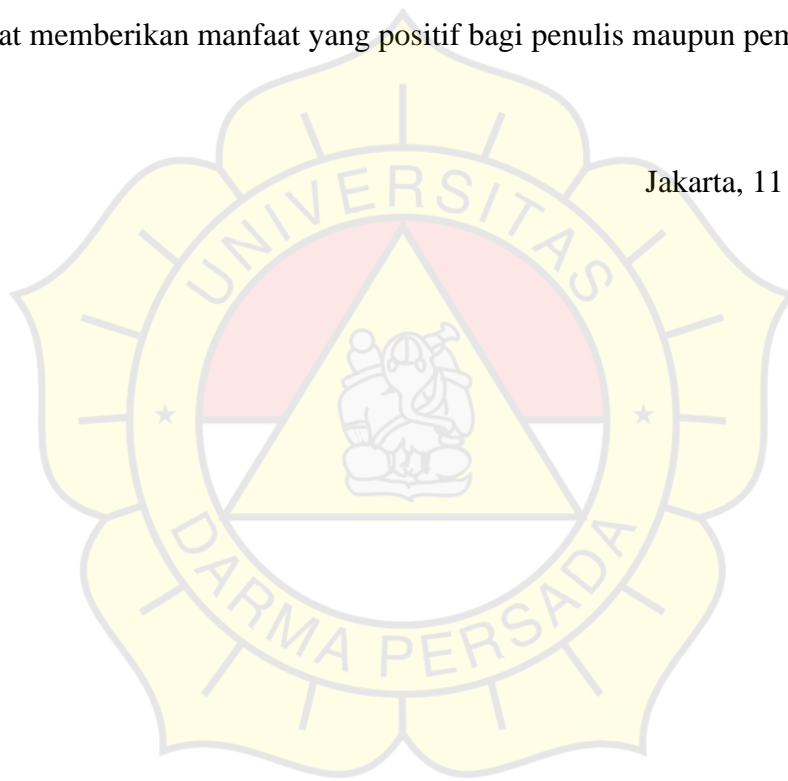
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dari awal mulai kuliah hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Melani Quintania, SE., M.Pd. selaku pembimbing skripsi penulis, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E. M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Sukardi, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada 2018.
5. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Staf Biro Akademik Universitas Darma Persada yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

7. Sahabat-sahabat penulis yang selalu mendukung, membantu dan berjuang bersama selama masa perkuliahan hingga selesai.
8. Teman-teman mahasiswa manajemen angkatan 2018 yang sudah bekerjasama selama masa perkuliahan berlangsung.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 11 Agustus 2023



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	<i>vi</i>
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	17
1.2.1 Identifikasi Masalah	17
1.2.2 Pembatasan Masalah	17
1.2.3 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Kegunaan Penelitian	19
1.4.1 Aspek Teoris (Keilmuan).....	19
1.4.2 Aspek Praktis	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	20
1. Pengertian Pemasaran	20
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	20
3. Tujuan Manajemen Pemasaran	21

4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	24
5. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	25
6. Strategi Pemasaran	26
7. Bauran Pemasaran	28
2.1.2 <i>Celebrity Endorsement</i>	30
1. Pengertian <i>Celebrity</i>	30
2. Pengertian <i>Endorsement</i>	30
3. Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	31
4. Faktor Pemilihan <i>Celebrity Endorsement</i>	31
5. Peran <i>Celebrity Endorsement</i>	32
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan <i>Celebrity Endorsement</i>	33
7. Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	35
2.1.3 Testimoni.....	36
1. Pengertian Testimoni	36
2. Manfaat dan Tujuan Testimoni	38
3. Ciri-Ciri Testimoni yang Baik	40
4. Dimensi dan Indikator Testimoni.....	41
2.1.4 Kualitas Produk.....	42
1. Pengertian Produk dan Kualitas Produk	42
2. Klasifikasi Produk.....	44
3. Tujuan Kualitas Produk.....	47
4. Unsur-Unsur Kualitas Produk	48
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	50
6. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	51
2.1.5 Minat Beli.....	52
1. Pengertian Minat Beli	52
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	53
3. Aspek-Aspek Minat Beli.....	55
4. Dimensi dan Indikator Minat Beli.....	56
2.2 Penelitian Terdahulu	56

2.3 Kerangka Pemikiran	61
2.4 Hipotesis Penelitian	63
2.5 Paradigma Penelitian	64
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	66
3.1 Metode Yang Digunakan	66
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	66
3.3 Operasionalisasi Variabel	66
3.3.1 Variabel Independen	67
3.3.2 Variabel Dependen.....	68
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	72
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	72
3.4.2 Populasi dan Sampel	73
1. Populasi.....	73
2. Sampel.....	74
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.6 Rancangan Analisis.....	77
3.7.1 Uji Keabsahan Data.....	77
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	78
1. Uji Normalitas	78
2. Uji Multikolinearitas	79
3. Uji Autokorelasi	79
4. Uji Heteroskedastisitas	80
3.7 Uji Analisis	80
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	80
3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	81
3.7.3 Uji Hipotesis.....	82
1. Uji F	82
2. Uji t.....	82
3. Uji Koefisien Determinasi (R²).....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	84

4.1.1	Sejarah Singkat Vans	84
4.1.2	Visi dan Misi Vans Indonesia	85
1.	Visi	85
2.	Misi	85
4.2	Hasil Penelitian	85
4.2.1	Profil Responden	85
1.	Jenis Kelamin	86
2.	Usia	86
3.	Pendidikan Terakhir	87
4.2.2	Tanggapan Responden Tentang Variabel yang Diteliti	87
1.	<i>Celebrity Endorsement</i>	87
2.	Testimoni	99
3.	Kualitas Produk	111
4.	Minat Beli	123
4.2.3	Uji Keabsahan Data	135
1.	Uji Validitas	136
2.	Uji Reliabilitas	139
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	140
1.	Uji Normalitas	140
2.	Uji Multikolinearitas	142
3.	Uji Autokorelasi	143
4.	Uji Heteroskedastisitas	144
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda	145
4.2.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	146
1.	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli	146
2.	Pengaruh Testimoni Terhadap Minat Beli	147
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	147
4.2.7	Koefisien Determinasi	148
1.	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> , Testimoni dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	148
2.	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli	149

3. Pengaruh Testimoni Terhadap Minat Beli	149
4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Promosi Jabatan	150
4.2.8 Uji Hipotesis.....	150
1. Uji F (Simultan)	150
2. Uji T (Parsial).....	151
4.3 Pembahasan	154
4.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> , Testimoni dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	155
4.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli	155
4.3.3 Pengaruh Testimoni Terhadap Minat Beli	156
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	156
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	158
5.1 Kesimpulan	158
5.2 Saran	160
DAFTAR PUSTAKA	161

DAFTAR TABEL

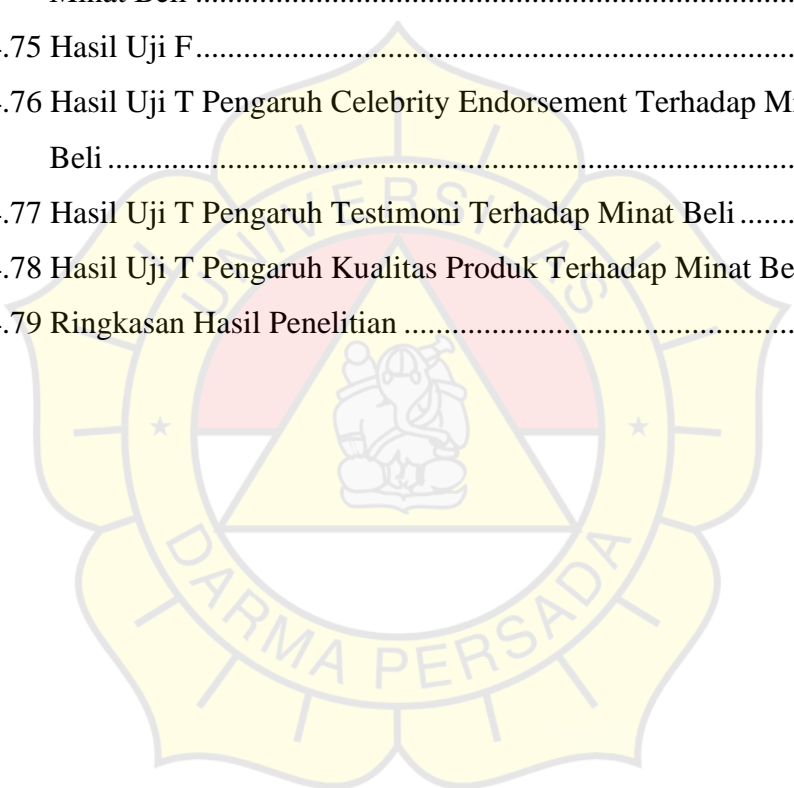
	Halaman
Tabel 1.2 Testimoni atau Ulasan Pelanggan Terhadap Sepatu Vans.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	68
Tabel 3.2 Skala Likert	76
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai	76
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	86
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	87
Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser dapat dipercaya menarik konsumen untuk membeli produk Vans	88
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser dipercayai konsumen dalam mengetahui produk Vans lebih detail.....	89
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorsement membuat sepatu Vans lebih banyak digemari masyarakat.....	90
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser memiliki keahlian terkait dengan mengiklankan produk Vans.....	91
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser memiliki pengetahuan terkait dengan produk Vans.....	92
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser terampil dalam memperagakan produk Vans	93
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser memiliki daya tarik bagi konsumen.....	94
Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorsement produk Vans membuat konsumen tertarik membeli produk Vans	95
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai Celebrity endorser menampilkan gaya bicara yang meyakinkan dalam iklan	96
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai Celebrity Endorser memberi tahu kualitas dari sepatu Vans.....	97

Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai setelah mengetahui kualitasnya, saya berniat untuk membeli sepatu Vans	98
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai saya membeli sepatu Vans karena kualitasnya bagus.....	99
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai testimoni menunjukkan sisi daya tarik produk Vans	100
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai testimoni memiliki daya tarik bagi konsumen	101
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai testimoni dari pembeli produk Vans membuat saya tertarik membeli produk Vans	102
Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai testimoni yang disampaikan jelas dan mudah dipahami	103
Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai testimoni yang disampaikan apa adanya dan tidak direkayasa.....	104
Tabel 4.23 Tanggapan responden mengenai testimoni yang disampaikan mempermudah konsumen untuk mengetahui produk Vans secara detail.....	105
Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai testimoni yang diberikan karena kesukaan akan produk Vans.....	106
Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai testimoni diberikan karena produk Vans nyaman digunakan.....	107
Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai testimoni diberikan karena produk Vans memiliki model yang disukai banyak orang.....	108
Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai testimoni yang diberikan dapat dipercaya	109
Tabel 4.28 Tanggapan responden mengenai testimoni yang dapat dipercaya dapat menarik minat beli konsumen	110
Tabel 4.29 Tanggapan responden mengenai testimoni dari konsumen lain menjadi acuan saya sebelum membeli produk Vans	111
Tabel 4.31 Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki ketahanan yang kuat	112

Tabel 4.32	Tanggapan responden mengenai Produk Vans dapat digunakan lebih dari 3 tahun, dan membuat konsumen berminat membeli produk Vans	113
Tabel 4.33	Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki ketahanan yang lebih baik dibanding dengan merk lain	114
Tabel 4.34	Tanggapan responden mengenai Produk Vans dapat diandalkan.....	115
Tabel 4.35	Tanggapan responden mengenai Produk Vans sesuai dengan standar kualitas yang ditawarkan	116
Tabel 4.36	Tanggapan responden mengenai Produk Vans nyaman digunakan..	117
Tabel 4.37	Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki model yang disukai banyak orang.....	118
Tabel 4.38	Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki ciri khas tersendiri.....	119
Tabel 4.39	Tanggapan responden mengenai Produk Vans digemari karena mengikuti trend fashion masa kini	120
Tabel 4.40	Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki desain yang menarik.....	121
Tabel 4.41	Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki desain yang disukai di berbagai kalangan	122
Tabel 4.42	Tanggapan responden mengenai Produk Vans memiliki banyak macam pilihan yang dapat menarik minat konsumen	123
Tabel 4.44	Tanggapan responden mengenai Saya tertarik membeli produk Vans karena banyak pilihan	124
Tabel 4.45	Tanggapan responden mengenai Saya berminat untuk membeli produk Vans karena kualitas produknya yang baik	125
Tabel 4.46	Tanggapan responden mengenai Saya berminat untuk membeli secara berulang produk Vans	126
Tabel 4.47	Tanggapan responden mengenai Saya akan merekomendasikan produk Vans kepada orang lain.....	127
Tabel 4.48	Tanggapan responden mengenai Saya berminat membeli produk Vans karena direkomendasi oleh orang lain	128

Tabel 4.49 Tanggapan responden mengenai Saya berminat membeli produk Vans karena melihat iklannya	129
Tabel 4.50 Tanggapan responden mengenai Saya lebih memilih produk Vans dibanding merek lain.....	130
Tabel 4.51 Tanggapan responden mengenai Saya menjadikan Produk Vans pilihan utama saya dalam membeli sepatu.....	131
Tabel 4.52 Tanggapan responden mengenai Produk Vans lebih menarik perhatian saya.....	132
Tabel 4.53 Tanggapan responden mengenai Saya menanyakan informasi produk Vans kepada orang yang sudah menggunakannya	133
Tabel 4.54 Tanggapan responden mengenai Saya berminat membeli produk Vans setelah mendapatkan informasi mengenai produk Vans.....	134
Tabel 4.55 Tanggapan responden mengenai Saya berniat membeli berbagai macam produk Vans.....	135
Tabel 4.56 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement.....	136
Tabel 4.57 Hasil Uji Validitas Variabel Testimoni.....	137
Tabel 4.58 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	137
Tabel 4.59 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	138
Tabel 4.60 Hasil Uji Reliabilitas Celebrity Endorsement.....	139
Tabel 4.61 Hasil Uji Reliabilitas Testimoni.....	139
Tabel 4.62 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	140
Tabel 4.63 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	140
Tabel 4.64 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Test	142
Tabel 4.65 Hasil Uji Multikolinearitas.....	143
Tabel 4.66 Hasil Uji Autokorelasi	143
Tabel 4.67 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	145
Tabel 4.68 Hasil Analisis Regresi Sederhana Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli	146
Tabel 4.69 Hasil Analisis Regresi Sederhana Testimoni Terhadap Minat Beli..	147
Tabel 4.70 Hasil Analisis Regresi Sederhana Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	147

Tabel 4.71 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	148
Tabel 4.72 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli	149
Tabel 4.73 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Testimoni Terhadap Minat Beli	149
Tabel 4.74 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	150
Tabel 4.75 Hasil Uji F.....	151
Tabel 4.76 Hasil Uji T Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli	152
Tabel 4.77 Hasil Uji T Pengaruh Testimoni Terhadap Minat Beli	153
Tabel 4.78 Hasil Uji T Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	153
Tabel 4.79 Ringkasan Hasil Penelitian	154



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Visualisasi Perumbuhan Pengunjung E-Commerce terbesar di Indonesia tahun 2022.....	2
Gambar 1.2 Grafik Visualisasi Kategori Jenis Produk yang Dibeli Oleh Responden	3
Gambar 1.3 Grafik Visualisasi Alasan Responden Berbelanja Secara Online	3
Gambar 1.4 4 Selebriti Sebagai Celebrity Endorser Baru Vans	4
Gambar 1.5 Daftar Merk Sepatu Terkenal di Indonesia	6
Gambar 1.6 Hasil Pra Survey Variabel yang Mempengaruhi Minat Beli.....	7
Gambar 1.7 Hasil Pra Survey Pelanggan Produk Vans	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	62
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	65
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	141
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	144

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Catatan Konsultasi Skripsi.....	164
Lampiran 2. Prakuesioner	165
Lampiran 3. Hasil Prakuesioner Variabel Celebrity Endorser.....	170
Lampiran 4. Hasil Prakuesioner Variabel Testimoni.....	171
Lampiran 5. Hasil Prakuesioner Variabel Kualitas Produk	172
Lampiran 6. Hasil Prakuesioner Variabel Minat Beli.....	173
Lampiran 7. Kuesioner Penelitian.....	174
Lampiran 8. Profil Responden	181
Lampiran 9. Tabulasi Data Variabel Celebrity Endorsement	186
Lampiran 10. Tabulasi Data Variabel Testimoni	189
Lampiran 11. Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk	192
Lampiran 12. Tabulasi Data Variabel Minat Beli.....	195
Lampiran 13. T Tabel.....	198
Lampiran 14. F Tabel.....	199
Lampiran 15. R Tabel	200
Lampiran 16. Hasil Penelitian Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement ..	201
Lampiran 17. Hasil Penelitian Uji Validitas Variabel Testimoni	202
Lampiran 18. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	203
Lampiran 19. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	204
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas	205
Lampiran 21. Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik.....	206
Lampiran 22. Hasil Penelitian Analisis Regresi Linier.....	208
Lampiran 23. Hasil Penelitian Uji Hipotesis.....	210