

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
PERNYATAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
BIOGRAFI PENULIS	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teoritis	8
2.1.1. Tanaman Pisang	8
2.1.2. Brownies Pisang.....	10
2.1.3. <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.1.4. <i>Brand Image</i>	16
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Pikir Penelitian.....	32

2.4. Hipotesis.....	35
III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.3. Jenis dan Sumber Data	38
3.4. Pengumpulan Data	38
3.5. Analisis Data	40
3.6. Definisi Operasional.....	49
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	52
4.1. Sejarah Perusahaan.....	52
4.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.3. Sumberdaya Perusahaan.....	55
4.4. Struktur Organisasi.....	58
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62`
5.1. Identitas Responden	62
5.2. Identitas Informan	65
5.3. Varian, Volume Produksi dan Penjualan Produk Brownies Pisang Browcyl	66
5.4. Deskripsi <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand</i> Produk Brownies Pisang Browcyl	70
5.5. Tanggapan Konsumen Berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i> , <i>Brand</i> <i>Image</i> , dan Keputusan Pembelian Produk Brownies Pisang Browcyl	74
5.6. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk Brownies Pisang Browcyl	96
5.7. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brownies Pisang Browcyl	102
5.8. Pengaruh <i>Celebrity Endorses</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brownies Pisang Browcyl.....	108

5.9. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i> Pada Produk Brownies Pisang Browcyl	115
5.10. Pembahasan Hasil Analisis SEM-PLS	117
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	122
6.1. Kesimpulan.....	122
6.2. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu yang Relevan Terhadap Penelitian	25
2.	Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> , <i>Brand Image</i> , dan Keputusan Pembelian.....	41
3.	Kategori Skor Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X).....	44
4.	Kategori Skor Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	44
5.	Kategori Skor Variabel Keputusan Pembelian (Z)	44
6.	Sumberdaya Lahan dan Bangunan pada Browcyl Cabang Pettarani.	56
7.	Jenis Alat pada Usaha Browcyl Cabang Pettarani, Kota Makassar, Tahun 2024	58
8.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
9.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	63
10.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	64
11.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan	65
12.	Identitas Informan	65
13.	Varian Produk Brownies Pisang Browcyl	66
14.	Volume Penjualan Produk Brownies Pisang Browcyl Outlet Pettarani	68
15.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X) Indikator <i>Visibility</i>	75
16.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X) Indikator <i>Credibility</i>	77
17.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X) Indikator <i>Attraction</i>	79
18.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X) Indikator <i>Power</i>	80
19.	Rekapitulasi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> pada Brownies Pisang Browcyl.....	82
20.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (Y) Indikator Kekuatan.....	84
21.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (Y) Indikator Keunikan	85

22.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (Y) Indikator Kesukaan	86
23.	Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i> pada Brownies Pisang Browcyl.....	87
24.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Z) Indikator Pemilihan Produk	90
25.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Z) Indikator Pemilihan Merek	91
26.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Z) Indikator Pemilihan Waktu.....	92
27.	Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Z) Indikator Pemilihan Metode Pembayaran.....	93
28.	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian pada Brownies Pisang Browcyl	94
29.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Untuk Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	96
30.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> dan AVE Pada Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	98
31.	Hasil <i>Inner Model</i> Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	100
32.	Hasil Uji R Square dan F Square Pada Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	101
33.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Untuk Variabel <i>Brand Image</i>	103
34.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> dan AVE Pada Variabel <i>Brand Image</i>	104
35.	Hasil <i>Inner Model</i> Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	106
36.	Hasil Uji F Square Pada Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	107
37.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	109
38.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> dan AVE Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	110
39.	Hasil <i>Inner Model</i> Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	112

40.	Hasil Uji R Square dan F Square Pada Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	114
41.	Hasil <i>Inner Model</i> Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir Penelitian Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi Kasus pada Konsumen PT. Browcyl Sukses Indonesia).....	34
2.	Layout Bangunan Browcyl Cabang Pettarani.....	57
3.	Struktur Organisasi Perusahaan Browcyl	59
4.	Tumming Abu Menghadiri Peresmian Outlet Baru Browcyl	71
5.	Hasil <i>Outer Model Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	96
6.	Hasil <i>Inner Model Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	99
7.	Hasil <i>Outer Model Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	103
8.	Hasil <i>Inner Model Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	106
9.	Hasil <i>Outer Model Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	109
10.	Hasil <i>Inner Model Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
11.	Hasil <i>Inner Model Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	109
2.	Identitas Informan	115
3.	Identitas Responden Informan	116
4.	Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	121
5.	Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	124
6.	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	127
7.	Dokumentasi Pendukung	130
8.	<i>Outer Model</i>	131
9.	Struktur Equation Model (SEM).....	133