

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis .....	9
2.1.1 Selebriti <i>Endorser</i> .....	9
2.1.1.1 Pengertian Selebriti <i>Endorser</i> .....	9
2.1.1.2 Unsur-unsur Selebriti <i>Endorser</i> .....	10
2.1.1.3 <i>Celebrity Endorser</i> Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran	17
2.1.1.4 Efektivitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	20
2.1.1.5 <i>Celebrity Endoser</i> Berganda .....	28

2.1.1.6 <i>Celebrity</i> Sebagai Bentuk Referensi Aspiratif Bagi Sebuah Kelompok.....	29
2.1.1.7 Keuntungan Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i> .....	31
2.1.2 Citra merek ( <i>Brand Image</i> ).....	32
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	32
2.1.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	35
2.2 Penelitian Relevan.....	39
2.3 Kerangka Berfikir.....	43
2.4 Hipotesis.....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel .....	46
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional .....	47
3.3.1 Variabel Penelitian.....	47
3.3.2 Defenisi Operasional .....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	52
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.6.1.1 Uji Multikolinieritas .....	55

3.6.1.2 Uji Heterokedastisitas .....	56
3.6.1.3 Uji Normalitas .....	56
3.6.3 Analisis Regresi Berganda .....	56
3.6.4 Uji Hipotesis.....	57
3.6.4.1 Uji F (Simultan).....	57
3.6.4.2 Uji t (Parsial).....	58
3.6.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 <i>Celebrity</i> Pada Iklan Luwak <i>White Koffie</i> .....	60
4.1.1 <i>Celebrity</i> Iklan Luwak <i>White Koffie</i> dan mengapa mereka terpilih.....	60
4.1.1.1 Iklan Luwak <i>White Koffie</i> dengan tema <i>The Real White Koffie</i> .....	60
4.2 Deskripsi Responden.....	62
4.2.1 Identifikasi Responden.....	62
4.3 Uji Instrument Penelitian .....	63
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
4.3.1.1 Variabel Daya Tarik ( $X_1$ ).....	63
4.3.1.2 Variabel Dapat Dipercaya ( $X_2$ ).....	65
4.3.1.3 Variabel Keahlian ( $X_3$ ) .....	66
4.3.1.4 Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	67
4.4 Analisis Penelitian.....	69
4.4.1 Transformasi Data Ordinal Ke Internal.....	69

4.4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	69
4.5 Tehnik Analisis Data .....	72
4.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	72
4.5.1.1 Uji Multikolinearitas .....	72
4.5.1.2 Uji Heterokedastisitas .....	74
4.5.1.3 Uji Normalitas .....	75
4.6 Analisis Regresi Berganda .....	76
4.7 Uji Hipotesis .....	78
4.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan Menggunakan Uji F ...	78
4.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial Menggunakan Uji T .....	79
4.7.3 Koefisien Determinan ( <i>R Square</i> ) .....	80
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran .....	86

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**