

DAFTAR ISI

| | Hal |
|---|--------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAKSI | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | I-1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | I-10 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | I-11 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | I-12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teori | II-14 |
| 2.1.1 Pemasaran | II-14 |
| 2.1.2 <i>Brand Attitude</i> | II-15 |
| 2.1.3 Daya Tarik Iklan | II-18 |
| 2.1.4 Kekuatan <i>Celebrity Endorser</i> | II-24 |
| 2.1.5 <i>Brand Awareness</i> | II-28 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | II-35 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | II-35 |
| 2.4 Hipotesis | II-36 |
| BAB III METODA PENELITIAN | |
| 3.1 Data dan Sumber Data | III-37 |
| 3.1.1 Data | III-37 |
| 3.1.2 Sumber Data | III-37 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data | III-37 |
| 3.3 Metode Pengambilan Sampel | III-38 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | III-39 |
| 3.4.1 Definisi Operasional | III-39 |
| 3.4.2 Variabel Daya Tarik Iklan | III-39 |
| 3.4.3 Variabel Kekuatan <i>Celebrity Endorser</i> | III-40 |
| 3.4.4 Variabel <i>Brand Awareness</i> | III-41 |
| 3.4.5 Variabel <i>Brand Attitude</i> | III-42 |
| 3.5 Definisi Konseptual Variabel | III-43 |

| | |
|--|--------|
| 3.6 Metode Analisis Data | III-45 |
| 3.6.1 Skala Pengukuran | III-45 |
| 3.6.2 Uji Validitas | III-45 |
| 3.6.3 Uji Reliabilitas | III-46 |
| 3.6.4 Uji Asumsi Klasik | III-46 |
| 3.6.5 Metode Analisis | III-47 |
| BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Gambaran Umum Responden | IV-50 |
| 4.2 Distribusi Responden | IV-52 |
| 4.2.1 Distribusi Responden Terhadap Jenis Kelamin | IV-52 |
| 4.2.2 Distribusi Responden Terhadap Usia | IV-53 |
| 4.2.3 Distribusi Responden Berdasar Status Tempat Tinggal | IV-54 |
| 4.2.3 Distribusi Responden Berdasar Alamat Asal | IV-54 |
| 4.2.3 Distribusi Responden Berdasar Merk Handphone | IV-55 |
| 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian | IV-55 |
| 4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Iklan | IV-55 |
| 4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> ... | IV-57 |
| 4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> | IV-58 |
| 4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Attitude</i> | IV-59 |
| 4.4 Analisis Data | IV-61 |
| 4.4.1 Uji Validitas | IV-61 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas | IV-63 |
| 4.4.3 Uji Multikolinearitas | IV-64 |
| 4.4.4 Uji Heterokedastisitas | IV-65 |
| 4.4.5 Uji Normalitas | IV-68 |
| 4.4.6 Hasil Analisis Regresi | IV-71 |
| 4.4.7 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t) | IV-74 |
| 4.4.8 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) | IV-75 |
| 4.5 Pembahasan | IV-77 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan | V-79 |
| 5.2 Saran | V-80 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |