

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	19
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	21
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	21
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	21
1.4. Sistematika Penulisan .....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	24
2.1. Landasan Teori .....	24
2.1.1. Periklanan .....	24
2.1.2. Kredibilitas Celebrity Endorser .....	30
2.1.3. Daya Tarik Iklan .....	35
2.1.4. Brand awareness .....	41
2.1.5. Brand Attitude .....	47
2.1.6. Kredibilitas Celebrity Endorser dengan Brand Awareness .....	50
2.1.7. Daya Tarik Iklan dengan Brand Awareness .....	51
2.1.8. Brand Awareness dengan Brand Attitude .....	53
2.2. Penelitian Terdahulu .....	54

2.2.1. Ashari Satrio Muharam (2011) .....	54
2.2.2. Sherly Octaviasari (2011) .....	55
2.2.3. Hafiedz Elyasa (2011) .....	56
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	57
2.4. Hipotesis .....	58
BAB III METODE PENELITIAN .....	59
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	59
3.1.1. Variabel Penelitian .....	59
3.1.2. Definisi Operasional Variabel .....	60
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel .....	62
3.2.1. Populasi .....	62
3.2.2. Sampel .....	62
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	63
3.3.1. Jenis Data .....	63
3.3.2. Sumber Data .....	64
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	64
3.4.1. Kuesioner (Angket) .....	64
3.4.2. Wawancara .....	65
3.4.3. Studi Pustaka .....	65
3.5. Metode Analisis Data .....	65
3.5.1. Analisis Data Kualitatif .....	66
3.5.2. Analisis Data Kuantitatif .....	67
3.5.2.1. Uji Validitas .....	67
3.5.2.2. Uji Reliabilitas .....	68
3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....	69
3.5.3.1. Uji Multikolinearitas .....	69
3.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas .....	70
3.5.3.3. Uji Normalitas .....	71
3.5.4. Analisis Linear Regresi Berganda .....	72
3.5.5. Uji Goodness of Fit .....	73

3.5.5.1.	Uji t .....	73
3.5.5.2.	Uji F .....	74
3.5.5.3.	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		77
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	77
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	77
4.1.2.	Gambaran Umum Responden .....	80
4.1.2.1.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	81
4.1.2.2.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan .....	81
4.2.	Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel .....	82
4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kredibilitas <i>Celebrity                     Endorser</i> .....	84
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Iklan .....	85
4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	87
4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Attitude</i> .....	88
4.3.	Analisis Data .....	89
4.3.1.	Uji Validitas .....	89
4.3.2.	Uji Reliabilitas .....	90
4.3.3.	Uji Multikolinearitas .....	92
4.3.4.	Uji Heteroskedastisitas .....	93
4.3.5.	Uji Normalitas .....	95
4.3.6.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	97
4.3.7.	Uji t .....	98
4.3.8.	Uji F .....	102
4.3.9.	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	103
4.4.	Pembahasan .....	105
4.4.1.	Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand                     Awareness</i> .....	106

4.4.2. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	106
4.4.3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	107
BAB V PENUTUP .....	108
5.1. Kesimpulan .....	108
5.2. Saran .....	110
5.3. Keterbatasan .....	114
5.4. Agenda Penelitian Mendatang .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	