

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAKSI | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 13 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 16 |
| 2.1 Landasan Teori | 16 |
| 2.1.1 Pengertian Iklan | 16 |
| 2.1.2 Pengertian Selebriti Endorser | 19 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3 Pengertian Sikap | 22 |
| 2.2 Pengaruh antar Variabel | 26 |
| 2.2.1 Pengaruh Daya Tarik Selebriti terhadap Sikap Merek | 26 |
| 2.2.2 Pengaruh Keterpercayaan Selebriti terhadap Sikap Merek | 28 |
| 2.2.3 Pengaruh Keahlian Selebriti terhadap Sikap Merek | 29 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 30 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis | 31 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 33 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 33 |
| 3.1.2 Definisi Operasional | 34 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 36 |
| 3.2.1 Populasi Penelitian | 36 |
| 3.2.2 Sampel Penelitian | 36 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 37 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 38 |
| 3.5 Teknik Pengolahan Data | 39 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 40 |
| 3.6.1 Uji Kualitas Data | 41 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik | 41 |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda | 43 |

| | |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6.4 Pengujian Hipotesis | 43 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 46 |
| 4.1 Gambaran Umum Responden | 46 |
| 4.1.1 Usia Responden | 46 |
| 4.1.2 Tingkat Pendidikan Responden | 47 |
| 4.1.3 Status Pekerjaan Responden | 48 |
| 4.2 Analisis Kualitatif | 48 |
| 4.2.1 Variabel Daya Tarik Selebriti (X_1) | 50 |
| 4.2.2 Variabel Keterpercayaan Selebriti (X_2) | 52 |
| 4.2.3 Variabel Keahlian Selebriti (X_3) | 55 |
| 4.2.4 Variabel Sikap Terhadap Merek (Y) | 57 |
| 4.3 Analisis Kuantitatif | 59 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 59 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik | 61 |
| 4.3.4 Analisis Regresi Berganda | 64 |
| 4.3.5 Pengujian Hipotesis | 66 |
| 4.3.6 Uji F | 68 |
| 4.3.7 Koefisien Determinasi | 69 |
| 4.4 Pembahasan | 70 |
| BAB V PENUTUP | 74 |
| 5.1 Kesimpulan | 74 |
| 5.2 Saran | 75 |

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN