

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR TABEL .....	15
DAFTAR GAMBAR .....	16
DAFTAR LAMPIRAN .....	17
 BAB I    PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
 BAB II    TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Konsep Dasar .....	15
2.1.2 Keprbadian Merek (Brand Personality) .....	16

2.1.3 Endorsers Personality .....	20
2.1.3.1 Attractiveness (Daya Tarik) .....	22
2.1.3.2 Kepercayaan (Trustworthiness).....	23
2.1.3.3 Brand Image (Citra Merek) .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.2.1 Penelitian Roobina Ohanian .....	27
2.2.2 Penelitian Sri Kussujaniatun (2007) .....	29
2.3 Pengembangan Kerangka Pemikiran Teori .....	30
2.4 Hipotesis .....	30

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	31
3.1.1 Variabel Penelitian .....	31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi .....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.2.3 Teknik Sampling .....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.3.1 Jenis data .....	36
3.3.2 Sumber data .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Metode Analisis Data .....	38
3.5.1 Analisis Data Kualitatif .....	38

3.5.2 Analisis Data Kuantitatif .....	39
3.5.3 Uji Reliabilitas dan Validitas .....	40
3.5.3.1 Uji Reliabilitas .....	41
3.5.3.2 Uji Validitas .....	41
3.5.4 Analisis Regresi .....	41
3.5.5 Uji Normalitas Data .....	42
3.5.6 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.6 Uji Hipotesis .....	44
3.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.2. Gambaran Umum Responden .....	48
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur .....	49
4.3. Hasil Penelitian .....	49
4.3.1. Deskripsi Variabel Penelitian .....	49
4.3.1.1. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Citra Merek .....	50
4.3.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Kepribadian merek .....	52
4.3.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Daya Tarik .....	55

4.3.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Trustworthiness .....	57
4.3.2. Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	59
4.3.2.1. Uji Validitas .....	69
4.3.2.2. Uji Reliabilitas .....	60
4.3.3. Uji Asumsi Klasik .....	60
4.3.3.1. Uji Normalitas .....	60
4.3.2.2. Uji Multikolinearitas .....	61
4.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	62
4.3.4. Hasil Analisis Regresi Linier .....	63
4.3.5. Kelayakan Model .....	65
4.3.5.1. Uji F .....	65
4.3.5.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
4.3.6. Pengujian Hipotesis .....	68
4.4. Pembahasan .....	69
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	74
5.3 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	