

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>ABSTRAKSI</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Daya Tarik Iklan.....	15
2.1.3 Kekuatan <i>Celebrity Endorser</i>	20
2.1.4 <i>Brand Awareness</i> (kesadaran Merek)	25
2.1.5 <i>Brand Attitude</i>	31
2.2 Metode Penelitian.....	34
2.3 Hipotesis.....	35
2.4 Dimensionalisasi Variabel.....	36
2.4.1 Variabel Daya Tarik Iklan.....	36
2.4.2 Kekuatan <i>Celebrity Endorser</i>	36
2.4.3 Variabel <i>Brand Awareness</i>	37
2.4.4 Variabel <i>Brand Attitude</i>	38
2.5 Definisi Konseptual Variabel	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.1.1	Variabel Penelitian	41
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2	Populasi dan sampel.....	44
3.2.1	Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1	Jenis Data	45
3.3.2	Sumber Data.....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5	Metode Analisis Data.....	47
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	47
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	48
3.5.3	Uji Relibilitas dan Validitas.....	49
3.5.3.1	Uji Reliabilitas	49
3.5.3.2	Uji Validitas	49
3.5.4	Analisis Regresi	50
3.5.5	Uji Normalitas Data	51
3.5.6	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6	Uji Hipotesis	53
3.7	Analisa Koefisien Determinasi (R^2).....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.2	Gambaran Umum Responden	57
4.2.1	<i>Crosstabs</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Jenis Motor.....	58
4.3	Analisis Data	59
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	59
4.3.1.1	Deskripsi Variabel Daya Tarik Iklan	61
4.3.1.2	Deskripsi variabel kekuatan <i>Celebrity</i>	

	<i>Endorser</i>	62
	4.3.1.3 Deskripsi variabel <i>Brand Awareness</i>	62
4.3.2	Deskriptif Variabel <i>Brand Attitude</i>	63
	4.3.2.1 Uji Reliabilitas	64
	4.3.2.2 Uji Validitas	65
4.3.3	Analisis Data Kuantitatif.....	64
4.3.4	Analisis Regresi	66
4.3.5	Uji Normalitas Data	69
4.3.6	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3.7	Uji Hipotesis	77
4.3.8	Uji Keباikan Mode (R^2).....	80
4.4	Pembahasan.....	82
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	86
LAMPIRAN		