

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Promosi .....	13
2.1.2 Periklanan .....	15
2.1.3 Pemberitaan Negatif .....	16
2.1.4 <i>Endorser</i> .....	18

2.1.5 <i>Brand image</i> .....	20
2.1.6 Sikap .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.3.1 Hubungan Pemberitaan Negatif <i>Endorser</i> Selebriti dan <i>Brand image</i>	32
2.3.2 Hubungan <i>Brand image</i> dan Sikap Konsumen Atas Merek.....	33
2.3.3 Hubungan Pemberitaan Negatif <i>Endorser</i> Selebriti dan Sikap Konsumen Atas Merek.....	34
2.4 Hipotesis .....	35
2.5 Kerangka Berpikir .....	35
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Identifikasi Variabel .....	38
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.3.1 Pemberitaan Negatif <i>Endorser</i> Selebriti (X) .....	39
3.3.2 <i>Brand image</i> (Z1) .....	39
3.3.3 Sikap Konsumen Atas Merek (Z2) .....	40
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	41
3.6 Prosedur Penentuan Populasi Dan Sampel .....	42
3.7 Teknik Analisis Data .....	43
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
3.7.1.1 Validitas Alat Ukur .....	43
3.7.1.2 Reliabilitas Alat Ukur .....	44
3.7.2 Analisis Data .....	45
3.7.3 Uji Hipotesis .....	48

<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 TelkomSpeedy .....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Jenis Internet Langganan dan Penyedia Jasa Internet .....	50
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	52
4.2.2.1 Pemberitaan Negatif <i>Endorser</i> .....	53
4.2.2.2 <i>Brand image</i> .....	54
4.2.2.3 Sikap Konsumen Atas Merek .....	55
4.3 <i>Confirmatory Factory Analysis</i> .....	56
4.3.1 Pemberitaan Negatif <i>Endorser</i> .....	57
4.3.2 <i>Brand image</i> .....	58
4.3.3 Sikap Konsumen Atas Merek .....	59
4.4 Uji Asumsi <i>Path</i> .....	60
4.4.1 Uji <i>Outlier</i> .....	60
4.4.2 Uji Normalitas .....	60
4.5 Struktural Model .....	62
4.6 Uji Hipotesis .....	63
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
<b>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 Simpulan .....	68
5.2 Saran .....	69
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	69
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	36
Gambar 4.1 <i>Confirmatory factor analysis</i> Variabel Pemberitaan Negatif <i>Endorser</i> .....	57
Gambar 4.2 <i>Confirmatory factor analysis</i> Variabel <i>Brand image</i> .....	58
Gambar 4.2 <i>Confirmatory factor analysis</i> Variabel Sikap Konsumen Atas Merek .....	59
Gambar 4.4 Struktural Model .....	62



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Internet Langganan .....	51
Tabel 4.2 Penyedia Jasa Internet.....	51
Tabel 4.3 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden .....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Pemberitaan Negatif	
<i>Endorser</i> .....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai <i>Brand image</i> .....	54
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Sikap Konsumen Atas	
Merek.....	55
Tabel 4.7 Hasil <i>Confirmatory factor analysis</i> variabel Pemberitaan Negatif	
<i>Endorser</i> .....	57
Tabel 4.8 Hasil <i>Confirmatory factor analysis</i> variabel <i>Brand image</i> .....	58
Tabel 4.9 Hasil <i>Confirmatory factor analysis</i> variabel Sikap Konsumen Atas	
Merek.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Mahalanobis d-squared</i> .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	61
Tabel 4.12 Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i> Struktural.....	63
Tabel 4.13 Uji Hipotesis .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

LAMPIRAN 2 IKLAN TELKOMSEEDY YANG DIBINTANGI DUL

LAMPIRAN 3 TABULASI DATA

LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA

