

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	11

2.1.2.	Iklan.....	14
2.1.3.	<i>Endorser</i>	17
2.1.3.1.	<i>Brand Endorsement</i>	19
2.1.3.2.	<i>Celebrity Endorser</i>	20
2.1.4.	Sikap.....	21
2.1.4.1.	Komponen Sikap	22
2.1.3.1.	Sikap Konsumen Atas Merek	23
2.1.5.	Niat Beli	23
2.2.	Hubungan Antar Variabel.....	24
2.2.1.	Hubungan antara <i>Brand Endorsement</i> dan Sikap Konsumen Atas Merek.....	24
2.2.2.	Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dan Sikap Konsumen Atas Merek.....	25
2.2.3.	Hubungan antara Sikap Konsumen Atas Merek dan Niat Beli Konsumen	26
2.3.	Penelitian Sebelumnya.....	26
2.3.1.	Penelitian Ilicic dan Webster (2011)	26
2.3.2.	Penelitian Rice, dkk. (2011)	27
2.4.	Hipotesis	28
2.5.	Model Analisis	29
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1.	Pendekatan Penelitian	31
3.1.1.	Dasar Desain Penelitian.....	31

3.1.2. Pengembangan Stimulus	33
3.2. Identifikasi Variabel.....	35
3.2.1. Variabel Bebas.....	36
3.2.2. Variabel Terikat (Y)	36
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3.1. Variabel Bebas.....	37
3.3.2. Variabel Terikat (Y)	38
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5. Populasi dan Sampel	40
3.6. Cek Manipulasi	41
3.7. Prosedur Pengumpulan Data	42
3.7.1. <i>Pre Test</i>	42
3.7.2. <i>Main Test</i>	43
3.8. Teknik Analisis	43
3.8.1. Uji Validitas.....	43
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	44
3.8.3. <i>One-Way Anova</i>	44
3.8.4. Analisis Regresi Linier Sederhana	45
3.8.5. Uji Asumsi Klasik	46
BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Deskripsi Gambaran Obyek Penelitian.....	47
4.1.1. Deskripsi Profil Partisipan	47
4.1.2. Cek Manipulasi	49

4.1.3.	Deskripsi Jawaban Partisipan	50
4.1.4.	Deskripsi Tanggapan Partisipan Atas Variabel Penelitian .	51
4.1.4.1	Sikap Konsumen Atas Merek	52
4.1.4.2.	Niat Beli Konsumen	55
4.2.	Analisis Hasil Penelitian	58
4.2.1.	Uji Validitas.....	58
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	60
4.2.3.	Uji Perbedaan Sikap Konsumen Atas Merek	61
4.2.4.	Analisis Regresi Linier Sederhana	65
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.3.1.	Hubungan antara <i>Brand Endorsement</i> dan Sikap Konsumen Atas Merek.....	69
4.3.2.	Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dan Sikap Konsumen Atas Merek	70
4.3.3.	Hubungan antara Sikap Konsumen Atas Merek dan Niat Beli Konsumen	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		72
5.1.	Kesimpulan	72
5.2.	Saran	72
5.2.1.	Saran Untuk Praktisi	72
5.2.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jumlah Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Jumlah Partisipan Berdasarkan Angkatan.....	48
Tabel 4.3	Jumlah Partisipan Berdasarkan Departemen.....	49
Tabel 4.4	Hasil Cek Manipulasi.....	50
Tabel 4.5	Kategori Rata-Rata Jawaban Partisipan.....	51
Tabel 4.6	Variabel Sikap Konsumen Atas Merek Pada <i>Single Brand Endorsement</i> dan <i>Multiple Brand Endorsements</i>	52
Tabel 4.7	Variabel Sikap Konsumen Atas Merek Pada <i>Single Celebrity Endorser</i> dan <i>Multiple Celebrity Endorsers</i>	55
Tabel 4.8	Variabel Niat Beli Pada <i>Single Brand Endorsement</i> dan <i>Multiple Brand Endorsements</i>	56
Tabel 4.9	Variabel Niat Beli Pada <i>Single Celebrity Endorser</i> dan <i>Multiple Celebrity Endorsers</i>	57
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen Atas Merek	59
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Niat Beli Konsumen	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Levene Single Brand Endorsement</i> dan <i>Multiple Brand Endorsements</i>	62

Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Levene Single Celebrity Endorser dan Multiple Celebrity Endorsers</i>	63
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>One Way ANOVA Single Brand Endorsement dan Multiple Brand Endorsements</i>	64
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>One Way ANOVA Single Celebrity Endorser dan Multiple Celebrity Endorsers</i>	65
Tabel 4.18 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	29
Gambar 4.1 P-P Plot.....	66
Gambar 4.2 Scatter Plot	67



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Cek Manipulasi
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian *Brand Endorsement*
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian *Celebrity Endorser*
- Lampiran 4 Hasil *Pre Test*
- Lampiran 5 Hasil Cek Manipulasi
- Lampiran 6 Data Kuesioner
- Lampiran 7 Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 8 Deskripsi Jumlah Dan Tanggapan Partisipan
- Lampiran 9 Uji Normalitas Data Sikap Konsumen Atas Merek *Brand Endorsement* Dan *Celebrity Endorser*
- Lampiran 10 Uji Perbedaan Sikap Konsumen Atas Merek *Brand Endorsement* dan *Celebrity Endorser*
- Lampiran 11 Analisis Regresi Linier Sederhana

