

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Sejarah Perusahaan	1
1.1.3 Produk dan Layanan.....	2
1.1.4 Visi dan Misi	3
1.1.5 Budaya Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Aspek teoritis.....	14
1.6.2 Aspek Praktis.....	14
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	15
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
BAB II	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.2 Periklanan	17
2.1.3 Selebriti Endorser.....	18
2.1.4 Kredibilitas Sumber	18
2.1.5 Sikap Terhadap Iklan	21
2.1.6 Sikap Terhadap Brand.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	37

3.3 Skala Pengukuran	41
3.4 Tahapan Penelitian.....	43
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel.....	44
3.5.3 Teknik Sampling.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.1 Jenis Data.....	45
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.1 Uji Validitas.....	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	49
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.8.1 Analisis Deskriptif	52
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	54
3.8.2.2 Uji Linearitas	55
3.8.3 Regresi Multivariat	55
3.8.4 Koefisien Korelasi	56
3.8.5 Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV	59
4.1 Media Penyebaran Kuesioner.....	59
4.2 Karakteristik Responden	59
4.3 Hasil Penelitian.....	62
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif	62
4.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas Selebriti Endorser	63
4.3.1.2 Analisis Deskriptif Sub-variabel Kepercayaan.....	64
4.3.1.3 Analisis Deskriptif Sub-variabel Keahlian	66
4.3.1.4 Analisis Deskriptif Sub-variabel Daya Tarik	69
4.3.1.5 Analisis Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Iklan	72
4.3.1.6 Analisis Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Brand.....	73
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4.1 Uji Normalitas	75
4.4.2 Uji Linearitas	77
4.5 Regresi Multivariat.....	79
4.6 Koefisien Korelasi (r)	81
4.7 Pengujian Hipotesis	83
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
4.8.1 Pembahasan Variabel Kredibilitas Selebriti Endorser	84
4.8.2 Pembahasan Sub-Variabel Kepercayaan.....	85
4.8.3 Pembahasan Sub-Variabel Keahlian	85
4.8.4 Pembahasan Sub-Variabel Daya Tarik	85
4.8.5 Pembahasan Variabel Sikap Terhadap Iklan.....	86
4.8.6 Pembahasan Variabel Sikap Terhadap Brand	86

4.8.7 Pembahasan Pengaruh Kredibilitas Selebriti Endorser Terhadap Sikap Terhadap Iklan.....	87
4.8.8 Pembahasan Pengaruh Kredibilitas Selebriti Endorser Terhadap Sikap Terhadap Brand.....	87
BAB V	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Teoritis.....	89
5.2.2 Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	95