

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iv
<b>DAFTAR ISI</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xi
<b>ABSTRAK</b>	xii
<b>ABSTRACT</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Lingkup Penelitian	13
<b>BAB 2 Tinjauan Pustaka</b>	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.1.1 Promosi	14
2.1.1.2 Iklan	15
2.1.1.3 Acara dan Pengalaman	16
2.1.1.4 Hubungan Masyarakat dan Publisitas	17
2.1.1.5 Pemasaran <i>Online</i> dan Media Sosial	17
2.1.1.6 Pemasaran Seluler	17
2.1.1.7 Pemasaran Langsung dan Basis Data	17
2.1.1.8 Penjualan Pribadi	18
2.1.2 Efektivitas Iklan	18
2.1.3 <i>Endorser</i>	18
2.1.4 Kredibilitas	19
2.1.4.1 Daya Tarik	19
2.1.4.2 Ketersukaan	20
2.1.4.3 Keahlian	20
2.1.4.4 Kepercayaan	21
2.1.5 Reputasi Perusahaan	21
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	23

2.3.1 Daya Tarik Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan	23
2.3.2 Ketersukaan Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan	24
2.3.3 Keahlian Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan	24
2.3.4 Kepercayaan Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan	25
2.4 Model Penelitian	25
<b>BAB 3 Metode Penelitian</b>	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Metode Pengumpulan Data	26
3.2.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
a. Populasi	27
b. Sampel	27
c. Metode Pengambilan Sampel	27
d. Ukuran Sampel	28
3.4 Definisi Operasional Penelitian	28
3.5 Instrumen Penelitian	30
3.5.1 Uji Validitas	31
3.5.1.1 Uji Validitas Variabel Daya Tarik	32
3.5.1.2 Uji Validitas Variabel Ketersukaan	32
3.5.1.3 Uji Validitas Variabel Keahlian	32
3.5.1.4 Uji Validitas Variabel Kepercayaan	33
3.5.1.5 Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan	33
3.5.2 Uji Reliabilitas	33
3.6 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.1 Uji Multikolinieritas	34
3.7 Metode Analisis	34
3.8 Uji Ketetapan Model	35
3.9 Pengujian Hipotesis	35
3.9.1 Uji t	35
3.9.2 Uji F	36
<b>BAB 4 Analisis Data dan Pembahasan</b>	37
4.1 Deskripsi Data Responden	37
4.1.1 Jenis Kelamin	37
4.1.2 Usia	37
4.1.3 Pekerjaan	38
4.1.4 Pendapatan Perbulan	38

4.1.5 Domisili .....	39
4.1.6 Penggunaan Aplikasi Tiket.com .....	40
4.1.7 Statistik Deskriptif .....	40
4.2 Hasil Uji Goodness of Fit .....	41
4.2.1 Koefisien Determinasi .....	41
4.2.1.1 Koefisien Determinasi Regresi Linier Berganda .....	41
4.2.2 Uji F .....	41
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	42
4.3.1 Uji Multikolinieritas .....	42
4.4 Hasil Uji Hipotesis .....	43
4.4.1 Hasil Uji Regresi Berganda .....	43
4.4.1.1 Hasil Hipotesis Pertama .....	43
4.4.1.2 Hasil Hipotesis Kedua .....	44
4.4.1.3 Hasil Hipotesis Ketiga .....	44
4.4.1.4 Hasil Hipotesis Keempat .....	44
4.5 Pembahasan .....	45
4.5.1 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis .....	45
4.5.1.1 Daya Tarik Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan .....	45
4.5.1.2 Ketersukaan Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan .....	46
4.5.1.3 Keahlian Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan .....	46
4.5.1.4 Kepercayaan Selebriti Secara Positif Berpengaruh Pada Reputasi Perusahaan .....	47
<b>BAB 5 Simpulan dan Implikasi .....</b>	<b>49</b>
5.1 Simpulan .....	49
5.2 Implikasi Praktis .....	50
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	50
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>51</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>55</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Top brand situs <i>online booking</i> tiket pesawat dan travel .....	4
Tabel 1.2 Daftar Top brand situs <i>online</i> reservasi hotel .....	4
Tabel 1.3 Alasan berpindah layanan dari Tiket.com .....	7
Tabel 2.1 Ringkasan penelitian terdahulu .....	22
Tabel 2.1 Lanjutan .....	23
Tabel 3.1 Definisi operasional & item .....	28
Tabel 3.1 Lanjutan .....	29
Tabel 3.2 Uji KMO variabel daya tarik .....	32
Tabel 3.3 Uji KMO variabel ketersukaan .....	32
Tabel 3.4 Uji KMO variabel keahlian .....	32
Tabel 3.5 Uji KMO variabel kepercayaan .....	33
Tabel 3.6 Uji KMO variabel reputasi perusahaan .....	33
Tabel 3.7 Hasil pengujian reliabilitas .....	34
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin .....	37
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia .....	37
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pekerjaan .....	38
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pendapatan perbulan .....	38
Tabel 4.5 Responden berdasarkan domisili .....	39
Tabel 4.6 Intensitas responden menggunakan aplikasi Tiket.com .....	40
Tabel 4.7 Hasil analisis deskriptif .....	40
Tabel 4.8 Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	41
Tabel 4.9 Hasil pengujian F independen terhadap dependen .....	42
Tabel 4.10 Hasil uji multikolinieritas regresi linear berganda .....	42
Tabel 4.11 Hasil uji hipotesis .....	43



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Startup perjalanan dan perhotelan paling populer di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Jumlah pengguna internet di Indonesia 2022 .....	8
Gambar 1.3 Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia 2022 .....	8
Gambar 1.4 Profil Instagram Arief Muhammad .....	9
Gambar 1.5 Postingan Instagram Arief Muhammad sebagai <i>celebrity endorser</i> Tiket.com .....	10
Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	25
Gambar 4.1 Hasil analisis penelitian .....	45