

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN MOTTO .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
<b>BAB I. Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. Landasan Teori .....</b>	<b>8</b>
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1. Pemasaran .....	8
2.1.2. Manajemen Pemasaran .....	10
2.2. Komunikasi Pemasaran .....	10
2.3. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	12
2.3.1. Pengertian Merek .....	13
2.3.2. Peranan dan Kegunaan Merek .....	14
2.4. Teori Personalitas .....	15

2.5. Teori <i>Brand Personality</i> .....	16
2.5.1. Perkembangan <i>Brand Personality</i> .....	18
2.5.2. Penggerak <i>Brand Personality</i> .....	19
2.5.3. Skala <i>Brand Personality</i> .....	24
2.6. Personalitas dan Imej .....	25
2.7. Selebriti sebagai <i>Endorser</i> .....	26
2.8. Hipotesis Penelitian .....	35
2.9. Definisi Operasional Variabel .....	35
<b>BAB III. Metode Penelitian</b> .....	<b>38</b>
3.1. Lingkup Penelitian .....	38
3.2. Metodologi Penelitian .....	39
3.2.1. Populasi .....	39
3.2.2. Sampel .....	39
3.2.3. Metode Pengambilan sampel .....	40
3.2.4. Data yang Diperlukan .....	40
3.2.5. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.2.6. Pengukuran Terhadap Variabel-variabel Penelitian .....	42
3.2.7. Metode Analisis Data .....	45
<b>BAB IV. Analisis Data dan Pembahasan</b> .....	<b>54</b>
4.1. Deskripsi Penelitian .....	54
4.2. Analisis Data .....	55
4.2.1. Analisis Kualitatif .....	55
4.2.2. Analisis Kuantitatif .....	63
4.2.2.1. Pengujian Hipotesis 1 .....	64
4.2.2.2. Pengujian Hipotesis 2 .....	68
4.2.2.3. Pengujian Hipotesis 3 .....	70
4.2.3. Hasil Rata-rata Personalitas <i>Endorser</i> .....	71
4.2.4. Hasil Rata-rata Personalitas Kotex .....	72

4.3. Pembahasan .....	73
4.3.1. Pengaruh <i>Endorser Personality Terhadap Brand Personality</i> .	73
4.4.2. Pemilihan <i>Endorser</i> yang Tepat untuk Kotex .....	74
4.4.3. Perbandingan <i>Mean Personalitas Endorser</i> .....	75
<b>BAB V. Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>77</b>
5.1. Kesimpulan .....	77
5.2. Saran .....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penggerak <i>Brand Personality</i> .....	20
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Personalitas Kotex 1 .....	47
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Personalitas <i>Endorser</i> 1 .....	48
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Personalitas <i>Endorser</i> 2 .....	49
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Personalitas Kotex 2 .....	50
Tabel 4.1	Persentase Respon untuk Variabel Personalitas Kotex 1 .....	56
Tabel 4.2	Persentase Respon untuk Variabel Personalitas <i>Endorser</i> 1 .....	58
Tabel 4.3	Persentase Respon untuk Variabel Personalitas <i>Endorser</i> 2 .....	60
Tabel 4.4	Persentase Respon untuk Variabel Personalitas Kotex 2 .....	62
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan Regresi Linier antara Personalitas Kotex Saat Ini dengan Personalitas <i>Endorser</i> Non-selebriti .....	64
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Regresi Linier antara Personalitas Kotex dengan Personalitas Agnes Monica .....	67
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Uji Beda <i>Mean</i> untuk Sampel Berpasangan .....	69
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Uji Beda <i>Mean</i> Personalitas <i>Endorser</i> Non-selebriti dan Personalitas Agnes Monica .....	70
Tabel 4.9	Nilai Rata-rata Personalitas <i>Endorser</i> .....	71
Tabel 4.10	Nilai Rata-rata Personalitas Kotex .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen-elemen dalam Komunikasi Pemasaran .....	11
Gambar 2.2 Lingkup <i>Brand Image</i> .....	17
Gambar 2.3 Perkembangan <i>Brand Personality</i> .....	19
Gambar 2.4 <i>Brand Personality Scale</i> .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Karakteristik Responden
Lampiran III	Hasil Skor Responden
Lampiran IV	Uji validitas dan uji reliabilitas
Lampiran V	Output SPSS: - <i>Regression for hypothesis 1, first test</i> - <i>Regression for hypothesis 1, second test</i> - <i>T-Test for hypothesis 2</i> - <i>T-Test for hypothesis 3</i>
Lampiran VI	Tabel t dan tabel F
Lampiran VII	Tampilan situs Kotex dan <i>Perceptual map</i> artis wanita Indonesia
Lampiran VIII	Profil Agnes Monica