

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Lingkup Penelitian.....	10
1.6 Kontribusi Penelitian	10
1.7 Sisitematika Penelitian.....	11
BAB II	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Periklanan	13
2.1.2 Endorser.....	14

2.1.3 Atlet <i>Endorser</i>	15
2.1.4 Kredibilitas	16
2.1.5 Daya Tarik	19
2.1.6 Kesesuaian	20
2.1.7 Sikap terhadap Merek	21
2.1.8 Niat Beli	22
2.2 Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Pengaruh Kepercayaan pada Sikap terhadap Merek	23
2.2.2 Pengaruh Keahlian pada Sikap terhadap Merek	24
2.2.3 Pengaruh Daya Tarik pada Sikap terhadap Merek	24
2.2.4 Pengaruh Kesesuaian pada Sikap terhadap Merek	25
2.2.5 Pengaruh Sikap terhadap Merek pada Niat Beli	26
2.3 Model Penelitian	27
BAB III	28
3.1 Strategi Penelitian	28
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	28
3.2.1 Kepercayaan	28
3.2.2 Keahlian	29
3.2.3 Daya Tarik	30
3.2.4 Kesesuaian	31
3.2.5 Sikap terhadap Merek	32
3.2.6 Niat Beli	33
3.3 Desain Pengambilan Sampel	34
3.3.1 Metode Pengumpulan Sampel	34
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	35
3.3.3 Ukuran Sampel	36
3.3.4 Lokasi Penelitian	36
3.4 Objek Penelitian	36
3.5 Instrumen Penelitian	37
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Realibilitas	38
3.6.3 Pra Uji Instrumen	39

3.7 Analisis Data.....	39
3.7.1 Metode Analisis Data dan Pengembangan Formulasi.....	39
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.3 Metode Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV	46
4.1 Hasil Pengumpulan Data	46
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Kota Domisili Responden	47
4.2.2 Jenis Kelamin Responden.....	48
4.2.3 Usia Responden	49
4.2.4 Pendidikan Terakhir Responden	50
4.2.5 Pekerjaan Responden.....	51
4.2.6 Pendapatan Setiap Bulan Responden	52
4.3 Uji Validitas.....	54
4.3.1 Validitas Konten.....	54
4.3.2 Validitas Konstruksi.....	54
4.4 Uji Realibilitas	57
4.5 Deskriptif Statistik	59
4.5.1 Deskriptif Statistik Kedua <i>Endorser</i>	59
4.5.2 Perbandingan Rerata Variabel Kedua <i>Endorser</i>	61
4.6 Uji Normalitas.....	62
4.7 Uji Multikolinearitas.....	63
4.8 Pengujian Hipotesis	64
4.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	66
4.9 Analisis Hasil Regresi.....	67
4.9.1 Kepercayaan Berpengaruh Positif pada Sikap Terhadap Merek	67
4.9.2 Keahlian Berpengaruh Positif pada Sikap terhadap Merek.....	68
4.9.3 Daya Tarik Berpengaruh Positif pada Sikap terhadap Merek	69
4.9.4 Kesesuaian Berpengaruh Positif pada Sikap terhadap Merek	70
4.9.5 Sikap terhadap Merek Berpengaruh Positif pada Niat Beli	71



BAB V	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Implikasi Manajerial	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	77
5.4 Saran Penelitian Mendatang	78
 DAFTAR PUSTAKA	 80
 LAMPIRAN	 87