

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Abstrak	xi
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
Bab II Kajian Pustaka	8
2.1 Pendahuluan.....	8
2.2 Kredibilitas Endorser.....	8
2.2.1 Attractiveness(Daya Tarik)	9
2.2.2 Trustworthiness (Kepercayaan)	10

2.2.1.3 Expertise (Keahlian).....	10
2.3Minat Beli Yang Dipengaruhi Oleh Endorser.....	11
2.4Prediktor Minat Beli.....	12
2.4.1 Attractiveness	12
2.4.2 Trushworthiness.....	13
2.4.3 Expertise	14
2.4.4 Sikap terhadap Iklan	15
2.5Kerangka Konseptual Penelitian	16
Bab III MetodePenelitian	17
3.1 Pendahuluan.....	17
3.2Lokasi penelitian.....	17
3.3Definisi Operasional.....	17
3.3.1 <i>Attractiveness</i>	18
3.3.2 <i>Trustworthy</i>	18
3.3.3 <i>Expertise</i>	19
3.3.4 <i>SikapTerhadapIklan.</i>	20
3.3.5 <i>MinatBeli</i>	21
3.4 Populasi dan Sempel	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel	25
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Metode Analisis Data	27
3.6.1 AnalisisDeskriptif.....	27

3.6.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS)...	28
3.6.3 Uji t.....	30
Bab IV Analisis Data dan Pembahasan	32
4.1 Analisis Deskriptif.....	32
4.1.1 Analisis Karakter Responden.....	32
4.1.2 Analisis Diskriptif Variabel Penelitian.....	39
4.2 Analisis Statistik.....	47
4.2.1 Uji Validitas dan Reliailitas (Outer Model)	48
4.2.1.1 Uji Validitas	48
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.2.2 Menilai Inner Model atau Model Struktural Hasil Penelitian.....	52
4.3 Pembahasan dan Implikasi	55
4.3.1 Pengaruh Attractivness terhadap Sikap terhadap Iklan.....	55
4.3.2 Pengaruh Trustworthiness terhadap Sikap terhadap Iklan.	56
4.3.3 Pengaruh Expertise terhadap Sikap terhadap Iklan.....	57
4.3.4 Pengaruh Sikap terhadap Iklan terhadap Minat Beli.....	58
Bab V Penutup	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

3.1 Rangkuman Indikator.....	22
4.1Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	33
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	36
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Melihat Iklan.....	37
4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Melihat Iklan.....	38
4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Iklan.....	39
4.9 Deskriptif Variabel Penelitian Daya Tarik.....	40
4.10 Deskriptif Variabel Penelitian Kepercayaan.....	41
4.11 Deskriptif Variabel Penelitian Keahlian.....	43
4.12 Deskriptif Variabel Penelitian Sikap Terhadap Iklan.....	44
4.13 Deskriptif Variabel Penelitian Minat Beli.....	46
4.14 Rekapitulasi Kategori Tiap-Tiap Variabel.....	47
4.15 Uji Validitas dengan Convergent Validity (Outer Loading)	49
4.16 Internal Composite Reliability	51
4.17 Result for Inner Weight	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Kerangka Penelitian.....	16
4.1 Model Hasil Analisis.....	53

