

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
PERNYATAAN KEASLIAN	3
PERNYATAAN PERSETUJUAN	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK DAN ABSTRACT	6
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR	11
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1. Latar Belakang	12
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan dan Sasaran Penelitian	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.1 Manfaat Praktis.....	16
1.5. Batasan Penelitian	16
1.6. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Social Media Marketing	17
2.2 Produk Digital	18
2.3 Celebrity Endorsement	20
2.3.1 Attractiveness	21
2.3.2 Expertise	21
2.3.3 Trustworthiness	21
2.3.4 Match-up Congruence	21
2.4 Brand Attitude	22
2.5 Hubungan antara komponen pada Celebrity Endorsement dengan Brand Attitude	22
2.6 Variabel dan Hipotesa	23
2.6.1 Variabel	23
2.6.2 Hipotesa.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Metodologi Penelitian	26
3.2 Kerangka Konseptual	26
3.3 Skala dan Pengukuran Kuesioner	28
3.4 Pengumpulan Data	30
3.5 Sampling dan Responden	30
3.6 Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Karakteristik Demografi Responden	31
4.2 Uji Asumsi Klasik	33
4.3 Exploratory Factor Analysis (EFA)	34
4.4 Uji Reliabilitas.....	36
4.5 Test Hipotesis	37
4.6 Rangkuman Hasil Analisis dan Hipotesa	39

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.1.1 Hasil Penelitian.....	42
5.1.2 Implikasi dari Penelitian.....	43
5.2 Saran	43
5.2.1 Limitasi dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	43
5.2.2 Saran untuk Perusahaan yang akan melakukan Endorsement.....	44
5.2.3 Saran untuk Endorser sebagai penyedia jasa Endorsement.....	44
LAMPIRAN.....	48
Lampiran 1 Analisis menggunakan aplikasi SPSS	48
Lampiran 2 Formulir Kuesioner	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Variabel.....	22
Tabel 2. 2 Hipotesa	24
Tabel 3. 1 Kuesioner	27
Tabel 4.1 Demografi Responden	30
Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas	32
Tabel 4.3 KMO dan Bartlett's Test.....	34
Tabel 4.4 Reduksi Kuesioner	34
Tabel 4.5 KMO dan Bartlett's Test hasil Reduksi	34
Tabel 4.6 Analisis Faktor	35
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.8 F Test	37
Tabel 4.9 Hasil Hipotesa.....	37
Tabel 4.10 Uji 3 Komponen Celebrity Endorsement.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Willingness-to-engage audiens berdasarkan endorsement selebriti.....	11
Gambar 1.2 Brand recall berdasarkan endorsement selebriti	14
Gambar 2.1 Pengguna Media Sosial.....	17
Gambar 2.2 Klasifikasi Poduk Digital	17
Gambar 2.3 Tipe Media Online	18
Gambar 2.4 Ilustrasi Model Bisnis Agregator Online	18
Gambar 2.5 Proses Transfer Informasi dalam Endorsement	19
Gambar 2.6 Komponen dalam Endorsement	21
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Persentase Pengguna Aplikasi dan Kegiatan Olahraga.....	31
Gambar 4.2 Uji Normalitas	32
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	33
Gambar 4.4 Expertise dalam Celebrity Endorsement.....	38
Gambar 4.5 Hasil Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.6 Dimensi Attractiveness	40