

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Definisi Konseptual dan Operasional .....	39
Tabel 3.2 Klasifikasi Jawaban .....	54
Tabel 3.3 Hasil Uji Outer Loadings Penelitian Pendahuluan .....	71
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading) .....	72
Tabel 3.5 Validitas Diskriminan .....	73
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker).....	75
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan .....	76
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	79
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	80
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	81
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	82
Tabel 4.7 Limitation of Mean .....	82
Tabel 4.8 Lima Poin Skala Likert .....	83
Tabel 4.9 Mean Variabel Celebrity Trustworthiness .....	83
Tabel 4.10 Celebrity Expertise .....	84
Tabel 4.11 Mean Variabel Celebrity Attractiveness.....	85
Tabel 4.12 Mean Variabel Celebrity Similarity.....	86
Tabel 4.13 Mean Variabel <i>Celebrity Liking</i> .....	87
Tabel 4.14 Mean Variabel Celebrity Familiarity .....	88
Tabel 4.15 Mean Variabel Celebrity Match-up Congruence with the Brand/Product .....	89
Tabel 4.16 Mean Variabel Customer's Attitude toward Brand .....	90
Tabel 4.17 Mean Variabel Purchase Intention.....	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Outer Loadings Penelitian Aktual .....	92
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	94
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading) .....	94
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker).....	96
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)).....	96
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual.....	97

Tabel 4.24 Inner VIF dari Studi Aktual.....	98
Tabel 4.25 Goodness of Fit.....	99
Tabel 4.26 Nilai R-Square .....	102
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis.....	103



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .. <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Penelitian .....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB 2 TINJAUAN LITERATUR.....	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Perilaku Konsumen .....	15
2.3 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	18
2.4 Customer Attitude Toward The Brand.....	25
2.5 Hubungan Antar Variabel .....	26
2.5.1 Hubungan <i>Celebrity Trustworthiness</i> Dan <i>Attitude Toward The Brand</i> .....	26
2.5.2 Hubungan <i>Celebrity Expertise</i> Dan <i>Attitude</i>	



3.8.2.5 Evaluasi Inner Model (Model Struktural) Awal .....	59
3.8.2.6 Evaluasi Inner Model (Model Struktural) Akhir.....	62
3.8.2.7 Pengujian Hipotesis.....	64
3.8.2.7.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	64
3.8.2.7.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Uji Mediasi).....	67
3.8 Pengujian Instrumen.....	68
3.8.1 Uji Validitas .....	68
3.8.2 Uji Realibilitas .....	69
3.8.3.1 Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan .....	70
3.8.3.2 Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan .....	73
3.8.3.3 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	76
BAB IV .....	77
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Hasil Penelitian.....	77
4.1.1.1 Jenis kelamin.....	77
4.1.1.2 Usia .....	78
4.1.1.3 Tingkat Pendidikan .....	79
4.1.1.4 Pekerjaan.....	80
4.1.1.5 Domisili.....	81
4.1.1.6 Penghasilan .....	81
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	82
4.1.2. Analisis Statistik Deskriptif .....	83
4.1.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Trustworthiness .....	83
4.1.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Expertise.....	84
4.1.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Attractiveness .....	85
4.1.2.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Similarity.....	86

4.1.2.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Liking .....	87
4.1.2.6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Familiarity .....	88
4.1.2.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Match-up Congruence with The Brand / Product .....	89
4.1.2.9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Purchase Intention .....	91
4.1.3 Analisis Data Penelitian .....	92
4.1.3.1 Outer Model (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) .....	92
4.1.3.2 Pengujian Multikolinearitas Studi Aktual .....	98
4.1.3.2 Goodness of Fit .....	98
4.1.3.4 Inner Model .....	99
4.2 Pembahasan .....	105
BAB V .....	110
KESIMPULAN DAN SARAN .....	110
5.1 Kesimpulan .....	110
5.2 Implikasi Manajerial .....	111
5.3 Keterbatasan dan Saran .....	114
DAFTAR PUSTAKA .....	115