

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka	11
a. Komunikasi Pemasaran	11
b. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	11
c. Periklanan	14
d. Sumber Pesan Komunikasi Pemasaran	17
e. Endorser	17
f. Celebrity Endorser.....	18
g. Atribut Celebrity Endorser	20
h. Minat Beli	23
i. Hubungan Kredibilitas Endorser dengan Minat Beli	25
j. Hubungan Daya Tarik Endorser dengan Minat Beli.....	27
F. Kajian Empiris	28
G. Kerangka Pemikiran	39
H. Hipotesis	39
I. Metode Penelitian	41
1. Tipe penelitian	41
2. Alasan Pemilihan Objek Studi	41
3. Sumber Data.....	42
4. Teknik Pengumpulan Data.....	43
5. Populasi dan Sampel	43
6. Teknik Sampling.....	44
7. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	45
8. Skala Pengukuran.....	46
9. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
10. Teknik Analisis Data.....	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Multikolinieritas	49
c. Uji Heteroskedastisitas	50
d. Pengujian Hipotesis	51
• Uji F (simultan).....	51

• Uji t (parsial)	52
• Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	54
A. Instagram	54
1. Sejarah dan Perkembangan Instagram.....	54
2. Logo Instagram.....	56
3. Fitur – Fitur Instagram.....	56
B. Tyas Mirasih	59
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
a. Karakteristik Responden.....	62
1. Usia	62
2. Asal Daerah	63
b. Uji Instrumen.....	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas.....	65
c. Analisis Deskriptif.....	65
1. Kredibilitas	66
2. Daya Tarik	72
3. Minat Beli	78
d. Analisis Inferensial	83
1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	83
2. Peforma Analisis Regresi	85
3. Uji Hipotesis	87
a. Uji F (Simultan)	87
b. Uji T (Parsial).....	88
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	91
e. Pembahasan	91
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
4.1 Kesimpulan.....	98
4.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Jumlah Endorser Tyas Mirasih November 2014 – Desember 2015	9
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1	Karakteristik Responden : Usia	71
Tabel 3.2	Karakteristik Responden : Asal Daerah.....	72
Tabel 3.3	Uji Validitas Instrumen.....	73
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas Instrumen.....	74
Tabel 3.5	Kredibilitas : Responden Mengetahui Bahwa Tyas Mirasih Dapat Dipercaya Dalam Mengiklankan produk.....	75
Tabel 3.6	Kredibilitas : Responden Mengetahui Bahwa Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Memiliki Pengalaman Dalam Mengiklankan Suatu Produk.....	76
Tabel 3.7	Kredibilitas : Responden Mengetahui Bahwa Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Memiliki Pengetahuan Yang Luas Mengenai Produk – Produk Yang Diiklankan.....	78
Tabel 3.8	Kredibilitas : Responden Mengetahui Bahwa Tyas Mirasih Mempunyai Kualitas Yang Baik Sebagai Bintang Iklan	79
Tabel 3.9	Kredibilitas : Responden Mengetahui bahwa Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Terampil Dalam Memperagakan Produk – Produk Yang Diiklankan	80
Tabel 3.10	Daya Tarik : Responden Melihat Bahwa Penampilan Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Menarik.....	81
Tabel 3.11	Daya Tarik : Responden Melihat Bahwa Penampilan Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Dengan Pembawaan Yang Tenang, Sopan, Dan Tidak Mudah Marah (Elegan).....	82
Tabel 3.12	Daya Tarik : Responden Melihat Bahwa Penampilan Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Cantik.....	84
Tabel 3.13	Daya Tarik : Responden Melihat Bahwa Penampilan Tyas Mirasih Modis Dan Memiliki Selera Berbusana Yang Baik (Berkelas).....	85
Tabel 3.14	Daya Tarik : Responden Melihat Bahwa Penampilan Tyas Mirasih Sebagai Bintang Iklan Seksi.....	86
Tabel 3.15	Minat Beli : Responden Memiliki Minat Untuk Melakukan Pembelian Produk Yang Diiklankan Oleh Tyas Mirasih (Minat Transaksional	87
Tabel 3.16	Minat Beli : Responden Memiliki Minat Untuk Mereferensikan Produk Yang Diiklankan Oleh Tyas Mirasih (Minat Referensi).....	88
Tabel 3.17	Minat Beli : Responden Memiliki Minat Untuk Menjadikan Produk Yang Diiklankan Oleh Tyas Mirasih Sebagai Produk Utama Yang Akan Dipilih Ketika Akan Melakukan Pembelian (Minat Preferensial)	90

Tabel 3.18	Minat Beli : Responden Memiliki Minat Untuk Selalu Mencari Informasi Untuk Mendukung Sifat – Sifat Positif Produk Yang Diiklankan Oleh Tyas Mirasih.....	91
Tabel 3.19	Uji Normalitas Data	93
Tabel 3.20	Uji Multikolinieritas.....	93
Tabel 3.21	Uji Heterokedastisitas	94
Tabel 3.22	Hasil Regresi Pengaruh Kredibilitas dan Daya Tarik Terhadap Minat Beli	94
Tabel 3.23	Hasil Uji F (Simultan).....	96
Tabel 3.24	Hasil Uji T (Parsial).....	97
Tabel 3.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Instagram	63
Gambar 2.2 Gambar Tyas Mirasih	67