

DAFTAR ISI

JUDUL	
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Signifikansi Penelitian	9
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Selebriti <i>Endorser</i> Sebagai Bagian Dari Ilmu Komunikasi ..	11
2.1.1 Konsep Komunikasi	11
2.1.1.1 Teori S-O-R	11
2.1.2 Konsep Persuasi	14
2.1.3 Konsep <i>Elaboration Likelihood</i>	15
2.1.4 Konsep Selebriti <i>Endorser</i>	17
2.1.5 Dimensi Selebriti <i>Endorser</i>	21
2.2 <i>Brand Personality</i>	23
2.2.1 Konsep <i>Brand Personality</i>	23
2.2.2 Dimensi <i>Brand Personality</i>	24
2.3 Konsep <i>E-Commerce</i>	31
2.4 Hubungan Antara Selebriti <i>Endorser</i> dengan <i>Brand Personality</i>	33
2.5 Orisinalitas	35
2.6 Kerangka Pemikiran	39
2.7 Hipotesis	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode	43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	52
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	54
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	55
3.2.7 Rancangan Analisis Data	61
3.2.8 Uji Hipotesis	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Profil PT. Tokopedia dan Pengguna Tokopedia Q1 - 2016.....	65
4.1.1 Profil Tokopedia	67
4.1.2 Profil Selebriti <i>Endorser</i> Tokopedia.....	69
4.1.3 Profil Pengguna Tokopedia di Kota Bandung Q1 - 2016	82
4.2 <i>Brand Personality</i> Tokopedia	88
4.3 Hubungan Antara Selebriti <i>Endorser</i> Dengan <i>Brand Personality</i>	99
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	99
4.3.2 Uji Korelasi Spearman	101
4.3.3 Uji Hipotesis	103
4.3.4 Hubungan Dimensi Selebriti <i>Endorser</i> Dengan <i>Brand Personality</i>	104
 BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	112
5.1 Simpulan	112
5.2 Implikasi.....	113
5.3 Rekomendasi	113
 Daftar Pustaka	115
Indeks	119
Lampiran	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Wacana Pada <i>Fanpage Facebook Tokopedia</i>	1
Tabel 1.2 Analisis Isu Pada Komentar Pengguna Tokopedia di facebook fanpage	2
Tabel 1.3 Nilai rata-rata indikator pada dimensi Merk Disukai	3
Tabel 1.4 Sentimen Pemberitaan Media Massa dan <i>Online</i> Isyana Sarasvati.....	7
Tabel 2.1 <i>VisCAP Model</i>	18
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data	53
Tabel 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	57
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validita Instrumen Penelitian	56
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	63
Tabel 4.1 Daftar Kategori Produk di Tokopedia.....	67
Tabel 4.2 Gambaran Dimensi Kredibilitas Selebriti <i>Endorser</i> Tokopedia.....	74
Tabel 4.3 Gambaran Dimensi Daya Tarik Selebriti <i>Endorser</i> Tokopedia.....	77
Tabel 4.4 Gambaran Dimensi Pemilihan Selebriti <i>Endorser</i> Tokopedia.....	79
Tabel 4.5 Pengguna Tokopedia berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	83
Tabel 4.6 Pengguna Tokopedia berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan	84
Tabel 4.7 Pengguna Tokopedia berdasarkan Pengeluaran Biaya Belanja Online dan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.8 Intensitas Belanja di Tokopedia Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.9 Dimensi <i>sincerity</i> Pada <i>Brand Personality</i>	90
Tabel 4.10 Dimensi <i>excitement</i> Pada <i>Brand Personality</i>	92

Tabel 4.11 Dimensi <i>competences</i> Pada <i>Brand Personality</i>	93
Tabel 4.12 Dimensi <i>sophistication</i> Pada <i>Brand Personality</i>	95
Tabel 4.13 Uji Normalitas Kolmogrov - Smirnov	100
Tabel 4.14 Uji Korelasi Spearman	101
Tabel 4.15 Uji Korelasi Spearman Antara Dimensi Selebriti <i>Endorser</i> dengan <i>Brand Personality</i>	102
Tabel 4.16 Uji T	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Korelasi Spearman pada Masing-Masing Dimensi	104
Tabel 4.18 Uji Korelasi Spearman Dimensi Kredibilitas dengan Dimensi <i>Excitement</i>	105
Tabel 4.19 Model Evaluasi Selebriti <i>Endorser</i> (VisCAP Model)	106
Tabel 4.20 Uji Korelasi Spearman Dimensi Kredibilitas dengan Dimensi <i>Competence</i>	107
Tabel 4.21 Uji Korelasi Spearman Dimensi Daya tarik dengan Dimensi <i>Excitement</i>	108
Tabel 4.22 Model Evaluasi Selebriti <i>Endorser</i> (Model VisCAP)	109
Tabel 4.23 Uji Korelasi Spearman Dimensi Pemilihan dengan Dimensi <i>Sophistication</i>	110
Tabel 4.24 Uji Korelasi Spearman Antara Variabel Selebriti <i>Endorser</i> dengan Dimensi <i>Sincerity</i>	111
Tabel 4.24 Uji Korelasi Spearman Antara Variabel Selebriti <i>Endorser</i> dengan Dimensi <i>Sincerity</i>	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Komentar Pembeli Tokopedia	2
Gambar 2.1 Bagan <i>Grand, Middle, dan Applied Theory</i>	11
Gambar 2.2 Komponen Stimulus pada Teori S-O-R	12
Gambar 2.3 Proses Persuasi Mengubah Sikap.....	14
Gambar 2.4 Konsep <i>Elaboration Likelihood Theory</i>	16
Gambar 2.5 <i>Elaboration Likelihood Model and Brand Personality</i>	17
Gambar 2.6 Model Evaluasi Efektivitas Selebriti <i>Endorser</i>	20
Gambar 2.7 Dimensi dan Indikator pada <i>Brand Personality</i>	24
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran Hubungan Antara Selebriti <i>Endorser</i> dengan <i>Brand Personality</i>	41
Gambar 2.9 Paradigma Penelitian Hubungan Antara Selebriti <i>Endorser</i> dengan <i>Brand Personality</i>	41
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	65
Gambar 4.2 TVC Isyana Sarasvati Oktober 2015.....	70
Gambar 4.3 TVC Isyana Sarasvati Januari 2016	71
Gambar 4.4 Baligho Tokopedia Oktober 2015 – Mei 2016	71
Gambar 4.5 Promosi Online Tokopedia Januari – Maret 2016	71
Gambar 4.6 TVC Isyana Sarasvati dan Online April Oktober 2016	77
Gambar 4.7 Posisi Peran Isyana Sarasvati Sebagai Selebriti <i>Endorser</i> Tokopedia.....	81
Gambar 4.8 Grafik Usia dan Jenis Kelamin Pengguna Tokopedia.....	83
Gambar 4.9 Pengeluaran Belanja <i>Online</i> berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
Gambar 4.10 TVC Grafik Intensitas Belanja di Tokopedia Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Gambar 4.11 Grafik Jenis Barang yang Dibeli Oleh Pengguna Tokopedia.....	88
Gambar 4.12 Posisi <i>Brand Personality</i> Tokopedia.....	98
Gambar 4.13 Grafik Normalitas.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas.....	125
Lampiran 1 Uji Reliabilitas.....	129
Lampiran 1 <i>Cross Tabulations</i> Profil Pengguna Tokopedia.....	130
Lampiran 2 Frekuensi Jawaban Responden <i>Celebrity Endorser</i>	133
Lampiran 2 Frkuensi Jawaban Responden <i>Brand Personality</i>	136
Lampiran 2 Uji Normalitas	140
Lampiran 2 Uji Korelasi Spearman	140
Lampiran 2 Uji T (Uji Hipotesis).....	141
Lampiran 2 Uji Korelasi Antar Dimensi.....	142
Lampiran 3 Koding Selebriti <i>Endorser</i>	146
Lampiran 3 Koding <i>Brand Personality</i>	149