

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Brand</i>	11
2.2 <i>Personal Branding</i>	13
2.2.1 Karakteristik <i>Personal Branding</i>	15
2.2.2 Tujuan <i>Personal Branding</i>	18
2.3 <i>Brand Image</i>	19
2.4 <i>Elaboration Likelihood Theory</i> (Elabotasi Kemungkinan).....	22
2.5 Penelitian Terdahulu	27
2.6 Kerangka Berpikir	31

Sandi Pramadi, 2019

PENGARUH PERSONAL BRANDING LAUDYA CYNTHIA BELLA TERHADAP BRAND IMAGE BANDUNG MAKUTA CAKE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.7 Kerangka Berpikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Partisipan Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.4 Instrumen penelitian.....	38
3.5 Operasionalisasi Variabel	40
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
3.6.1. Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Realibilitas	48
3.7 Prosedur Penelitian.....	49
3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	50
3.8.1 Teknik Analisis Data.....	50
3.8.1.1 Statistika Deskriptif.....	50
3.8.1.2 Analisis Regresi Multipel.....	52
3.8.2 Uji Hipotesis	52
3.8.2.1 Uji Normalitas	52
3.8.2.2 Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	52
3.8.2.3 Uji Simultan (Uji F)	53
3.8.2.4 Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	53
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Tentang Bandung Makuta Cake.....	55
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	58

Sandi Pramadi, 2019

PENGARUH PERSONAL BRANDING LAUDYA CYNTHIA BELLA TERHADAP BRAND IMAGE BANDUNG MAKUTA CAKE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	58
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	59
4.2 Analisa Deskripsi Tanggapan Responden.....	60
4.2.1 Deskriptif Tingkat Brand Image	62
4.2.2 Deskriptif Tingkat Personal Branding	64
4.2.3 Deskriptif Personal Branding Per Sub Variabel.....	67
4.2.3.1 Aspek Kompetensi.....	67
4.2.3.2 Aspek Gaya	69
4.2.3.3 Aspek Standar	71
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4 Uji Koefisien Korelasi	80
4.5 Uji Hipotesis	81
4.6 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Setelah Trimming.....	84
4.7 Pembahasan.....	85
4.7.1 Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Personal Branding Terhadap Brand Image.....	85
4.7.2 Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh variabel Personal Branding Laudya Chintya Bella Terhadap Brand Image Bandung Makuta Cake.....	88
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	93
5.1 Simpulan	93
5.2 Implikasi.....	94
5.3 Rekomendasi.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 2. Data Responden.....	

Lampiran 3. Tabulasi Data.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Penelitian Terdahulu</i>	27
Tabel 3. 1 <i>Jawaban Skala Numerik</i>	40
Tabel 3. 2 <i>Alternatif Jawaban Skala Numerik</i>	40
Tabel 3. 3 <i>Operasional Variabel</i>	41
Tabel 3. 4 <i>Uji Validitas</i>	47
Tabel 3. 5 <i>Uji Reabilitas</i>	49
Tabel 3. 6 <i>Kategori Variabel Distribusi Frekuensi</i>	51
Tabel 4. 1 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	58
Tabel 4. 2 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	59
Tabel 4. 3 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	59
Tabel 4. 4 <i>Kategori Variabel Distribusi Frekuensi</i>	61
Tabel 4. 5 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Variabel Brand Image (n=100)</i>	63
Tabel 4. 6 <i>Distribusi Brand Image (n=100)</i>	64
Tabel 4. 7 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Variabel Personal Branding (n=100)</i>	65
Tabel 4. 8 <i>Distribusi Personal Branding (n=100)</i>	66
Tabel 4. 9 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Variabel Kompetensi (n=100)</i>	67
Tabel 4. 10 <i>Distribusi Aspek Kompetensi (n=100)</i>	68
Tabel 4. 11 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Variabel Gaya (n=100)</i>	69
Tabel 4. 12 <i>Distribusi Aspek Gaya (n=100)</i>	70
Tabel 4. 13 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Variabel Standar (n=100)</i>	71
Tabel 4. 14 <i>Distribusi Aspek Standar (n=100)</i>	71
Tabel 4. 15 <i>Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik</i>	73
Tabel 4. 16 <i>Uji Normalitas</i>	74

Sandi Pramadi, 2019

PENGARUH PERSONAL BRANDING LAUDYA CYNTHIA BELLA TERHADAP BRAND IMAGE BANDUNG MAKUTA CAKE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 4. 21 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 4. 22 Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4. 23 Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Setelah Trimming	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tiga Dimensi Pembentukan Personal Branding	16
Gambar 2. 2 Model 1 Elaboration Likelihood Model	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Pengaruh Personal Branding Terhadap Brand Image.....	32
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian	33
Gambar 4. 1 Logo Bandung Makuta Cake	56
Gambar 4. 2 Varian Bandung Makuta Cake.....	56
Gambar 4. 3 Diagram Jalur Regresi Berganda Brand Image n=100	90
Gambar 4. 4 Diagram Setelah Trimming	90