

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN
MEREK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP
MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT**

SKRIPSI

HESTI HERAWATI

21160000201



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan Terhadap Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang Saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesi (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 22 September 2020



Hesti Herawati
NPK 21160000201

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan Terhadap Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan H. Agustian Burda, BSBA., MBA dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 22 September 2020

Menyetujui
Pembimbing


H. Agustian Burda, BSBA., MBA
NIDN 0313086501

Mengetahui
Kepala Prodi S-1 Manajemen


Drs. Sumitro, M.Sc
NIDN 0312045902

HALAMAN PENGESAHAN





Karya Ilmiah dengan judul :

Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan Terhadap Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal

09 September 2020 dengan nilai **A**

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc,
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; H. Agustian Burda, BSBA., MBA.
(Pembimbing)
3.  ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)
4.  ; Joko Bagio S, SE., MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Saya dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan bagian dan persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang Saya hadapi dapat teratasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan yang baik ini, izinkan Saya untuk mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA., MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan Saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan Bapak Joko Bagio S, SE., MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orangtuaku yang tak pernah putus memberikan doa, khususnya Bapak dan Ibu serta kakak dan adikku yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan Saya untuk terus berjuang.
6. Untuk Dhaniel Rikki, Saya berterima kasih karena senantiasa menemani

dan membantu Saya dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi ini.

7. Untuk Dennadia Fermatari, Saya berterima kasih karena telah turut serta membantu dan sudah mau Saya reportkan dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Untuk Dessy Wulandari, Saya berterima kasih karena sudah menemani dan setia mendengarkan keluh kesah Saya dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Untuk sahabat saya Anintia, Rifka, Yuli, Nopy, Ayu, Dhita, Anindia, Farah, Henny, Agis, Dian, Yuyu, Siti, Saya berterima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di kampus.
10. Untuk Nuranis Anifah, Saya berterima kasih karena juga telah menemani Saya dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Untuk Ardiana Novitasari dan Riana Puspitasari, Saya berterima kasih karena sudah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman STEI program Strata-1 Manajemen angkatan 2016 terima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.
13. Semua pihak yang telah membantu Saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat Saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan / kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 22 September 2020



Hesti Herawati
NPK 21160000201

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hesti Herawati
NPM : 21160000201
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
JenisKarya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas skripsi Saya yang berjudul :

Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan Terhadap Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 September 2020

Yang menandatangani.

NPK 21160000201

Hesti Herawati
21160000201
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
H. Agustian Burda BSBA., MBA

**Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan Terhadap
Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Minat Beli Sepeda Motor Honda
Beat**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Celebrity Endorser dan Promosi Penjualan Terhadap Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat. Populasi dalam penelitian ini adalah Dosen, Karyawan dan Mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang menggunakan Sepeda Motor merek Honda Beat.

Penelitian ini menggunakan metode survey analisis kuantitatif. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebanyak 250 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling. Metode analisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis koefisien determinasi, uji T, uji f menggunakan SPSS 26.00.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t secara parsial, menunjukkan bahwa pengaruh celebrity endorser secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara celebrity endorser dengan keunggulan merek. Pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan dengan keunggulan merek. Pengaruh yang signifikan antara celebrity endorser dengan minat beli. Pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan dengan minat beli. Pengaruh yang signifikan antara keunggulan merek dengan minat beli. Pengujian hipotesis uji f secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara celebrity endorser, promosi penjualan, keunggulan merek, terhadap minat beli sepeda motor matic Honda Beat.

Kata Kunci : Celebrity Endorser, Promosi Penjualan, Keunggulan Merek, Minat Beli.

Hesti Herawati
21160000201
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
H. Agustian Burda BSBA., MBA

**Influence of Celebrity Endorser and Sales Promotion on Brand
Advantage and the Influence on Purchase Intention of a Honda Beat
Motorcycle**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Celebrity Endorser and Sales Promotion on Brand Advantage and the Effect on Purchase Intention of a Honda Beat Motorcycle. The population in this study were Lecturers, Employees and Students at the Indonesian School of Economics who used Honda Beat motorbikes.

This study uses a quantitative analysis survey method. Data collection using a questionnaire as many as 250 respondents. The sampling technique used was purpose sampling. The data analysis method is validity test, reliability test, determination coefficient analysis, T test, f test using SPSS 26.00.

Based on the results of testing the hypothesis t test partially, it shows that the effect of celebrity endorser partially there is a significant influence between celebrity endorsers and brand excellence. A significant influence between sales promotion and brand advantage. The significant influence between celebrity endorser and purchase interest. Significant influence between sales promotion and purchase intention. Significant influence between brand advantage and purchase intention. Simultaneous testing of the f-test hypothesis there is a significant influence between celebrity endorsers, sales promotion, brand excellence, on the purchase interest of Honda Beat matic motorbikes.

Keywords: Celebrity Endorser, Sales Promotion, Brand Advantage, Purchase Interest.

DAFTAR ISI

Contents

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PROPOSAL SKRIPSI	i
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil – Hasil Penelitian Terlebih Dahulu	8
2.1.1. Jurnal Nasional.....	8
2.1.2. Jurnal Internasional.....	18
2.2. Landasan Teori.....	26
2.2.1. Konsep Pemasaran	26
2.2.2. Komunikasi Pemasaran.....	26
2.3. Merek (Brand).....	27
2.2.1. Keunggulan Merek.....	27
2.4. Celebrity Endorser.....	27
2.5. Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	29
2.5.1. Tujuan Promosi Penjualan	29
2.5.2. Dimensi Promosi Penjualan Utama	29
2.6. Minat Beli.....	31
2.7. Hubungan Antar Variabel	32

2.7.1.	Hubungan Celebrity Endorser dengan Keunggulan Merek	32
2.7.2.	Hubungan Promosi Penjualan dengan Keunggulan Merek	33
2.7.3.	Hubungan Celebrity Endorser dengan Minat Beli.....	33
2.7.4.	Hubungan Promosi Penjualan dengan Minat Beli	39
2.7.5.	Hubungan Keunggulan Merek dengan Minat Beli	39
2.8.	Kerangka Pemikiran Teoritis	47
2.9.	Dimensionalisasi Variabel.....	48
2.9.1.	Dimensionalisasi Variabel Celebrity Endorser	48
2.9.2.	Dimensionalisasi Variabel Promosi Penjualan	49
2.9.3.	Dimensionalisasi Variabel Keunggulan Merek	50
2.9.4.	Dimensionalisasi Variabel Minat Beli	51
2.10.	Hubungan antar Indikator.....	52
2.11.	Kebijakan Perusahaan.....	53
2.12.	Gambar Variabel Independen.....	54
2.12.1.	Variabel Celebrity Endorser	54
BAB III		56
METODE PENELITIAN.....		56
3.1.	Strategi Penelitian	56
3.2.	Populasi dan Sampel	56
3.2.1.	Populasi.....	56
3.2.2.	Sampel.....	56
3.3.	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	57
3.3.1	Sumber Data.....	57
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	57
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	58
3.5.	Metode Analisis Data	60
3.5.1.	Pengolahan Data	60
3.5.2.	Penyajian Data	60
3.5.3.	Analisis Statistik Data.....	60
BAB IV		66
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1	Sejarah Honda Beat.....	66
4.2	Deskripsi Responden.....	66
4.3	Deskripsi Data.....	68
4.3.1	Variabel X1 (Celebrity Endorser).....	68
4.3.2	Variabel X2 (Promosi Penjualan)	78
4.3.3	Variabel Y1 (Keunggulan Merek)	81
4.3.4	Variabel Y2 (Minat Beli).....	87
4.4	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	90

4.4.1	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	96
4.5	Analisis Koefisien Determinasi berganda	102
4.6	Uji Hipotesis.....	103
4.7	Uji Simultan (Uji F)	105
4.8	Temuan Hasil Penelitian	106
BAB V		109
SIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Simpulan.....	109
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	110
5.3	Saran.....	110
DAFTAR REFERENSI		112

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 KARAKTERISTIK CELEBRITY ENDORSER (X_i).....	34
TABEL 2.2 PENELITIAN TERLEBIH DAHULU	40
TABEL 2.3 HUBUNGAN ANTAR INDIKATOR	53
TABEL 4.1 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	66
TABEL 4.2 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN USIA	67
TABEL 4.3 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN STATUS PEKERJAAN	68
TABEL 4.4 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 1	69
TABEL 4.5 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 2.....	69
TABEL 4.6 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 3	70
TABEL 4.7 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 4.....	Error! Bookmark not defined. 70
TABEL 4.8 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 5.....	71
TABEL 4.9 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 6	72
TABEL 4.10 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 7	72
TABEL 4.11 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 8.....	73
TABEL 4.12 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 9.....	73
TABEL 4.13 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 10.....	74
TABEL 4.14 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 11.....	75
TABEL 4.15 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 12.....	75
TABEL 4.16 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 13.....	76
TABEL 4.17 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 14.....	76
TABEL 4.18 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 PERNYATAAN BUTIR 15.....	77

TABEL 4.19 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X2 PERNYATAAN BUTIR 1.....	78
TABEL 4.20 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X2 PERNYATAAN BUTIR 2.....	78
TABEL 4.21 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X2 PERNYATAAN BUTIR 3.....	79
TABEL 4.22 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X2 PERNYATAAN BUTIR 4.....	80
TABEL 4.23 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X2 PERNYATAAN BUTIR 5.....	80
TABEL 4.24 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 1.....	81
TABEL 4.25 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 2.....	82
TABEL 4.26 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 3.....	82
TABEL 4.27 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 4.....	83
TABEL 4.28 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 5.....	83
TABEL 4.29 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 6.....	84
TABEL 4.30 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 7.....	85
TABEL 4.31 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 8.....	85
TABEL 4.32 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 9.....	86
TABEL 4.33 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y1 PERNYATAAN BUTIR 10.....	87
TABEL 4.34 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y2 PERNYATAAN BUTIR 1.....	87
TABEL 4.35 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y2 PERNYATAAN BUTIR 2.....	88
TABEL 4.36 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y2 PERNYATAAN BUTIR 3.....	89
TABEL 4.37 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y2 PERNYATAAN BUTIR 4.....	89
TABEL 4.38 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y2 PERNYATAAN BUTIR 5.....	90

TABEL 4.39 UJI VALIDITAS VARIABEL CELEBRITY ENDORSER X1	91
TABEL 4.40 UJI RELIABILITAS VARIABEL CELEBRITY ENDORSER X1	92
TABEL 4.41 UJI VALIDITAS VARIABEL PROMOSI PENJUALAN X2.....	93
TABEL 4.42 UJI RELIABILITAS VARIABEL PROMOSI PENJUALAN X2..	93
TABEL 4.43 UJI VALIDITAS VARIABEL KEUNGGULAN MEREK Y1	94
TABEL 4.44 UJI RELIABILITAS VARIABEL KEUNGGULAN MEREK Y1.	95
TABEL 4.45 UJI VALIDITAS VARIABEL MINAT BELI Y2	95
TABEL 4.46 UJI RELIABILITAS VARIABEL MINAT BELI Y2.....	96
TABEL 4.47 HASIL UJI ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL VARIABEL X1 TERHADAP Y1	97
TABEL 4.48 HASIL UJI ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL VARIABEL X2 TERHADAP Y1	98
TABEL 4.49 HASIL UJI ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL VARIABEL X1 TERHADAP Y2	99
TABEL 4.50 HASIL UJI ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL VARIABEL X2 TERDAHAP Y2	101
TABEL 4.51 HASIL UJI ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL VARIABEL Y1 TERHADAP Y2	Error! Bookmark not defined. 102
TABEL 4.52 KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA Error! Bookmark not defined.	103
TABEL 4.53 HASIL PERHITUNGAN NILAI t_{hitung}	Error! Bookmark not defined. 104
TABEL 4.54 HASIL SIMULTAN UJI F	107

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN	4
GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN	49
GAMBAR 2.2 DIMENSIONALISASI VARIABEL CELEBRITY ENDORSER	50
GAMBAR 2.3 DIMENSIONALISASI VARIABEL PROMOSI PENJUALAN	51
GAMBAR 2.4 DIMENSIONALISASI VARIABEL KEUNGGULAN MEREK	52
GAMBAR 2.5 DIMENSIONALISASI VARIABEL MINAT BELI	52
GAMBAR 2.6 PROMOSI PENJUALAN	55

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	115
LAMPIRAN 2 TABULASI UNTUK VARIABEL CELEBRITY ENDORSER	122
LAMPIRAN 3 TABULASI UNTUK VARIABEL PROMOSI PENJUALAN .	125
LAMPIRAN 4 TABULASI UNTUK VARIABEL KEUNGGULAN MEREK	128
LAMPIRAN 5 TABULASI UNTUK VARIABEL MINAT BELI	131
LAMPIRAN 6 PENGELOLAHAN DATA UJI VALIDITAS PERVARIABEL CELEBRITY ENDORSER	134
LAMPIRAN 7 PENGELOLAHAN DATA UJI VALIDITAS PERVARIABEL PROMOSI PENJUALAN	135
LAMPIRAN 8 PENGELOLAHAN DATA UJI VALIDITAS PERVARIABEL KEUNGGULAN MEREK	136
LAMPIRAN 9 PENGELOLAHAN DATA UJI VALIDITAS PERVARIABEL MINAT BELI	137
LAMPIRAN 10 HASIL UJI REALIBITAS CELEBRITY ENDORSER	138
LAMPIRAN 11 HASIL UJI REALIBITAS PROMOSI PENJUALAN	138
LAMPIRAN 12 HASIL UJI REALIBITAS KEUNGGULAN MEREK	138
LAMPIRAN 13 HASIL UJI REALIBITAS MINAT BELI Error! Bookmark not defined.	138
LAMPIRAN 14 KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA . Error! Bookmark not defined.	138
LAMPIRAN 15 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS (UJI t)	139
LAMPIRAN 16 HASIL SIMULTAN (UJI F)	139