

4.2 Analisis Deskriptif	68
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Visibility</i>	69
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Credibility</i>	71
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Attraction</i>	73
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Power</i>	75
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	77
4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....	82
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1 Uji Normalitas	82
4.4.2 Uji Multikolinearitas	84
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	85
4.5 Analisis Linear Berganda.....	86
4.6 Uji Hipotesis	88
4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (F).....	88
4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (t).....	89
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
4.7.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	98
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	