

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Peneliti berhasil mengumpulkan data dari 150 responden yang merupakan anggota dari tiga kelompok referensi yang berbeda, yaitu kelompok Madridista Yogyakarta, FCBI Yogyakarta, dan JCI Chapter Yogyakarta. Para responden tersebut diambil datanya dengan menggunakan kuesioner untuk meneliti mengenai pengaruh kredibilitas *endorser* terhadap *brand image*.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti merangkum beberapa kesimpulan antara lain :

1. Pengaruh kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *brand image* Nike pada kelompok Madridista Yogyakarta adalah sebesar 0,513 yang dikategorisasikan pengaruh sedang. Pengaruh kredibilitas Lionel Messi terhadap *brand image* Adidas pada kelompok FCBI Yogyakarta sebesar 0,797 yang dikategorisasikan memiliki pengaruh kuat. Pengaruh kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *brand image* Nike pada kelompok netral yaitu JCI Yogyakarta sebesar 0,407 yang dapat dikategorisasikan memiliki pengaruh sedang. Sedangkan

pengaruh kredibilitas Lionel Messi terhadap *brand image* Adidas pada kelompok netral JCI Yogyakarta sebesar 0,512 yang dikategorisasikan memiliki pengaruh sedang.

2. Perbandingan pengaruh pada ketiga kelompok menunjukkan bahwa nilai regresi pengaruh variabel tingkat kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *brand image* Nike pada kelompok Madridista lebih lemah dibandingkan nilai regresi pengaruh variabel tingkat kredibilitas Lionel Messi terhadap *brand image* Adidas pada kelompok FCBI Yogyakarta. Sedangkan pengaruh variabel kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *brand image* Nike pada kelompok JCI Yogyakarta lebih lemah dibandingkan pengaruh variabel kredibilitas Lionel Messi terhadap *brand image* Adidas pada kelompok JCI Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh Lionel Messi terhadap *brand image* Adidas selalu lebih kuat ketika dibandingkan dengan pengaruh kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *brand image* Nike.

3. Pengaruh *endorser* Lionel Messi lebih kuat dari pengaruh *endorser* Cristiano Ronaldo terhadap *brand image* produk. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kredibilitas Lionel Messi pada kelompok FCBI Yogyakarta dapat dikategorisasikan tinggi dengan presentase 90%. Sedangkan pada kelompok netral JCI Yogyakarta kredibilitas Lionel Messi juga

dikategorisasikan tinggi dengan presentase 84%. Hal ini lebih kuat dibandingkan kredibilitas Cristiano Ronaldo pada kelompok Madridista Yogyakarta yang dapat dikategorisasikan tinggi hanya sebesar 68%, sedangkan pada kelompok netral JCI Yogyakarta yang dapat dikategorisasikan tinggi hanya sebesar 50%.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kredibilitas *endorser* terhadap *brand image* produk lebih kuat pada kelompok referensi Madridista Yogyakarta dan FCBI Yogyakarta dibandingkan pada kelompok netral yaitu JCI Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa peran kelompok referensi mempengaruhi pengaruh variabel kredibilitas *endorser* terhadap *brand image* produk. Kelompok referensi terbukti dapat menciptakan suasana untuk penyesuaian yang dapat mempengaruhi pilihan orang terhadap merek produk tertentu. Semakin bersatu kelompok, semakin efektif proses komunikasinya, dan semakin tinggi anggotanya menghargai kelompoknya maka semakin besar pengaruh kelompok itu dalam membentuk pilihan produk dan merek anggotanya.

B. SARAN

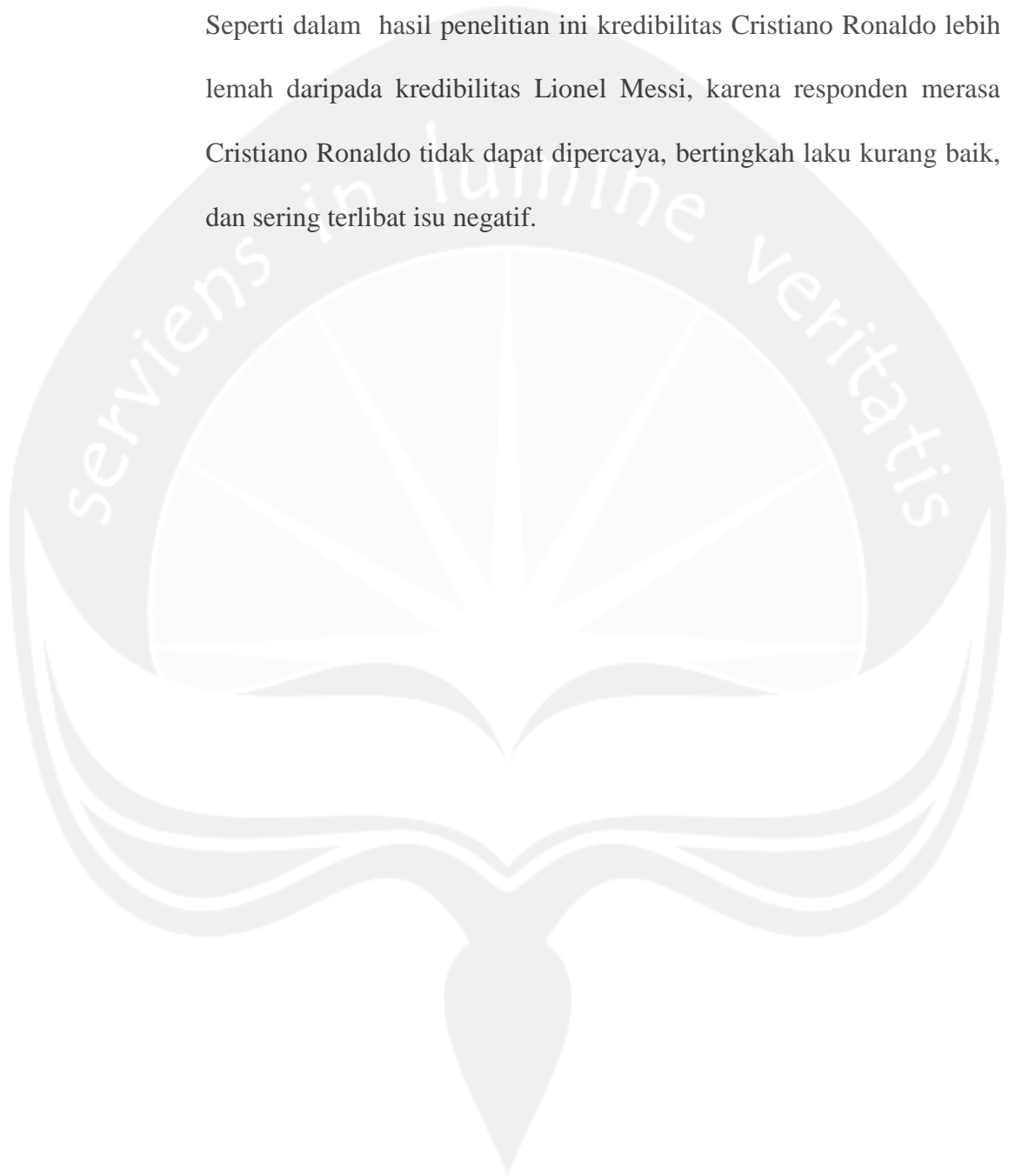
1. Saran Akademis

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh tingkat kredibilitas *endorser* terhadap *brand image* sebuah produk. Peneliti mengharapkan pada penelitian selanjutnya, peneliti-peneliti berikutnya dapat melakukan riset pengaruh kredibilitas seorang *endorser* pada beberapa produk yang menggunakan *endorser* yang sama dalam kampanye iklan. Contohnya kredibilitas Cristiano Ronaldo apabila dilihat dari sudut pandang *audience* iklan produk-produk yang di*endorse* oleh Cristiano Ronaldo, seperti iklan shampoo, pelumas, dan pakaian. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel kontrol dalam pengaruh kredibilitas *endorser* terhadap *brand image* produk, misalnya variabel tingkat pendapatan.

2. Saran Praktis

Peneliti memberikan saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan di dalam mengelola dan menentukan kebijakan promosi melalui iklan yang efektif, efisien, dan tepat sasaran di tengah kondisi paritas merek saat ini. Terutama berkaitan dengan penggunaan *endorser* dalam pembentukan *brand image*. *Endorser* yang dipilih harus memiliki aspek-aspek yang mendukung terciptanya kredibilitas yang baik seperti aspek *attractiveness*, *trustworthiness*, dan *expertise*. *Endorser* yang baik harus memiliki daya tarik, dapat dipercaya, dan

ahli di bidangnya. Apabila salah satu dari aspek tersebut tidak dapat dipenuhi, maka tingkat kredibilitas seorang *endorser* bisa melemah. Seperti dalam hasil penelitian ini kredibilitas Cristiano Ronaldo lebih lemah daripada kredibilitas Lionel Messi, karena responden merasa Cristiano Ronaldo tidak dapat dipercaya, bertingkah laku kurang baik, dan sering terlibat isu negatif.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker , David, Myers, John G, & Barta, Rajeev. 1996. *Advertising Management Fifth Edition*. Prectice Hall.
- Belch, E. George & Michael A. Belch. 2001. “*Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective 5th Edition*. McGraw Hill : New York
- Belch, E. George & Michael A. Belch. 2005. “*Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective 5th Edition*. McGraw Hill : New York
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Dayaksini, Tri dan Hudaniyah. 2003. *Psikologi Sosial*. UMM : Malang
- De vito, Joseph. 1980. *the Interpersonal Communication Book*. Boston : Pearson International Edition
- De Lozier, Wayne. 1976. *The Marketing Communication Process*. Prentice Hall : New York
- Engel, James F, Roger D Balckwell, P.W, Miniard. 1995. *Perilaku Target Audience*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Jewler & Drewniary. 2005. *Creative Strategy in Advertising (8th Edition)*. USA : Thompson Wadsworth
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Pustaka Utama Grafiti : Jakarta
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Kencana : Jakarta.
- Littlejohn, Steven W. & Foss, Karen. 2001. *Teori Komunikasi*. Penerbit Salemba Humanika

- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Humanika. Bogor
- New Comb, Theodore M. 1976. *Psikologi Sosial*. CV Diponegoro : Bandung
- Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga : Jakarta
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei (Edisi revisi)*. LP3ES : Jakarta
- Sudiana, Dendi. 1988. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Penerbit Yayasan Kanisius : Yogyakarta
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono, Prof. Dr., 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D edisi 5*, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2008.
- Riel, Van Cees. 1995. *Principles of Corporate Communication*. Prentice Hall : New Jersey
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Buana Pustaka Indonesia : Jakarta.

Jurnal :

AGB Nielsen Newspaper Edisi Agustus 2011

Internet :

www.nike.com

www.adidas.com

<http://olahraga.kompasiana.com/bola/2011/07/23/rumitnya-rivalitas-apparel-%E2%80%9Cbenci-tapi-rindu%E2%80%9D-adidas-dan-nike/>

<http://olahraga.kompas.com/read/2012/04/25/22151266/Nilai.Kontrak.Menggiurkan.Para.Athlet>

<http://suite101.com/article/lionel-messi-football-boots-from-nike-to-adidas-a245161>

http://www.businessweek.com/magazine/content/06_14/b3978079.htm

<http://www.marketing.co.id/2010/03/07/bersaing-melalui-lompatan-inovasi-yang-revolusioner/>

<http://www.goal.com/en/news/12/spain/2010/02/25/1807559/real-madrid-star-cristiano-ronaldo-offered-24-million-deal>

<http://olahraga.kompasiana.com/bola/2011/07/23/rumitnya-rivalitas-apparel-%E2%80%9Cbenci-tapi-rindu%E2%80%9D-adidas-dan-nike/>

<http://bola.vivanews.com/news/read/306432-400-juta-penonton-saksikan-el-clasico>

http://id.wikipedia.org/wiki/Cristiano_Ronaldo

<http://www.goal.com/id-ID/people/portugis/1945/cristiano-ronaldo>

http://www.realmadrid.co.id/squad/player_detail/21

<http://www.ronaldo7.net/bio/bio.html>

<http://www.bola.net/bolatainment/ronaldo-biayai-pengobatan-kanker-bocah-spanyol-c33d58.html>

<http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/285036-adu-mewah-garasi-ronaldo--messi--dan-rooney>

<http://www.fcbarcelona.com/football/first-team/staff/players/messi/biography>

http://id.wikipedia.org/wiki/Lionel_messi

<http://www.fundacionleomessi.org/index.php>

http://investors.nikeinc.com/files/doc_financials/AnnualReports/2011/index.html#select_financials

<http://totalolahraga.com/index.php/internasional/bola-dunia/1856-adidas-kontra-nike>

<http://ml.scribd.com/doc/54504730/Konsep-Pemasaran-Hermawan-Kartajaya>

<http://www.beritaunik.net/olahraga/asal-usul-sejarah-adidas.html>

<http://www.madridista-indonesia.com/regional/detail/?regional=jogjakarta>





















Lampiran 4
Tabel Frekuensi Kredibilitas Endorser Cristiano Ronaldo terhadap Brand Image Nike pada kelompok Madridista Yogyakarta

Statistics

Kategori Kredibilitas

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Kredibilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	34	68.0	68.0	68.0
	Sedang 32.8-51.5	15	30.0	30.0	98.0
	Rendah 14-32.7	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Statistics

Kategori Brand Image

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Brand Image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	31	62.0	62.0	62.0
	Sedang 32.8-51.5	18	36.0	36.0	98.0
	Rendah 14-32.7	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 5
Tabel Frekuensi Kredibilitas *Endorser* Lionel Messi terhadap *Brand Image* Adidas pada kelompok FCBI Yogyakarta

Statistics

Kategori Kredibilitas

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Kredibilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	45	90.0	90.0	90.0
	Sedang 32.8-51.5	4	8.0	8.0	98.0
	Rendah 14-32.7	1	2.0	2.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

Statistics

Kategori Brand Image

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Brand Image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	32	64.0	64.0	64.0
	Sedang 32.8-51.5	17	34.0	34.0	98.0
	Rendah 14-32.7	1	2.0	2.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

Lampiran 6
Tabel Frekuensi Kredibilitas Endorser Cristiano Ronaldo terhadap Brand Image Nike pada kelompok JCI Yogyakarta

Statistics

Kategori Kredibilitas

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Kredibilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	25	50.0	50.0	50.0
	Sedang 32.8-51.5	25	50.0	50.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

Statistics

Kategori Brand Image

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Brand Image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	50	100.0	100.0	100.0

Lampiran 7
Tabel Frekuensi Kredibilitas *Endorser* Lionel Messi terhadap *Brand Image* Adidas pada kelompok JCI Yogyakarta

Statistics

Kategori Kredibilitas

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Kredibilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	42	84.0	84.0	84.0
	Sedang 32.8-51.5	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Statistics

Kategori Brand Image

N	Valid	50
	Missing	0

Kategori Brand Image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi 51.6-70	40	80.0	80.0	80.0
	Sedang 32.8-51.5	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 8

Tabel Validitas Reliabilitas Kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *Brand*

Image Nike pada kelompok Madridista Yogyakarta

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATT1	50.48	62.826	.315	.899
ATT2	50.56	61.598	.484	.892
ATT3	51.22	59.808	.497	.892
ATT4	50.50	61.031	.514	.891
TRU1	51.28	55.308	.829	.876
TRU2	51.36	58.602	.624	.886
TRU3	51.28	57.920	.550	.890
TRU4	51.54	56.458	.715	.882
TRU5	50.08	63.340	.401	.895
EXP1	50.32	60.344	.557	.889
EXP2	50.72	56.369	.752	.880
EXP3	50.68	56.834	.737	.881
EXP4	51.00	57.551	.681	.884
EXP5	50.34	62.474	.458	.893

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AF1	50.04	51.427	.366	.916
AF2	49.14	51.470	.518	.909
AF3	50.08	50.116	.477	.912
AF4	49.52	46.459	.699	.903
AFU1	50.14	45.143	.791	.898
AFU2	49.98	47.163	.872	.896
AFU3	49.90	49.071	.715	.902
KAR1	49.54	50.049	.624	.905
KAR2	49.52	48.051	.756	.900
KAR3	49.72	49.675	.649	.905
DIS1	49.66	51.331	.560	.908
PER1	49.80	48.531	.707	.902
PEM1	49.48	51.602	.564	.908
PEN1	49.24	51.043	.485	.910

Lampiran 9

Tabel Frekuensi Kredibilitas *Endorser* Lionel Messi terhadap *Brand Image* Adidas pada kelompok FCBI Yogyakarta

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATT1	56.4000	63.837	.682	.925
ATT2	56.4200	64.249	.617	.927
ATT3	55.9000	63.969	.770	.923
ATT4	56.4400	62.251	.716	.924
TRU1	56.0200	65.204	.546	.929
TRU2	56.0800	62.891	.769	.922
TRU3	55.8000	64.612	.810	.922
TRU4	56.0600	64.425	.720	.924
TRU5	56.6200	62.322	.584	.930
EXP1	56.1800	64.191	.702	.924
EXP2	56.6800	65.283	.455	.934
EXP3	55.8200	64.273	.835	.922
EXP4	55.9000	63.929	.806	.922
EXP5	56.4400	64.292	.664	.925

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AF1	48.4200	46.289	.581	.906
AF2	48.7000	46.214	.659	.903
AF3	48.4600	47.764	.540	.907
AF4	48.2600	46.074	.633	.904
AFU1	48.7200	46.287	.656	.903
AFU2	48.5400	47.111	.578	.906
AFU3	48.5400	46.376	.627	.904
KAR1	48.1600	46.872	.705	.901
KAR2	48.0000	45.918	.766	.899
KAR3	48.2600	47.258	.641	.903
DIS1	48.1800	48.681	.585	.906
PER1	48.4800	45.969	.669	.902
PEM1	47.9800	49.040	.426	.911
PEN1	47.8200	46.477	.617	.904

Lampiran 10
Tabel Frekuensi Kredibilitas Endorser Cristiano Ronaldo terhadap Brand
Image Nike pada kelompok JCI Yogyakarta

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATT1	47.30	39.602	.441	.790
ATT2	47.38	39.832	.374	.795
ATT3	48.68	39.202	.450	.789
ATT4	47.14	38.653	.496	.785
TRU1	48.56	38.864	.452	.789
TRU2	48.54	38.662	.460	.788
TRU3	47.82	39.212	.326	.801
TRU4	48.72	38.328	.408	.793
TRU5	46.86	40.204	.411	.792
EXP1	46.96	40.529	.352	.796
EXP2	47.32	36.508	.543	.780
EXP3	47.04	38.488	.458	.788
EXP4	47.62	39.098	.421	.791
EXP5	46.96	41.141	.354	.796

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AF1	56.02	11.734	.402	.763
AF2	55.60	12.286	.331	.770
AF3	55.46	12.090	.321	.770
AF4	55.42	11.840	.387	.765
AFU1	55.62	11.506	.378	.766
AFU2	55.64	11.256	.422	.762
AFU3	55.66	11.086	.566	.748
KAR1	55.62	11.506	.413	.762
KAR2	55.56	11.884	.346	.768
KAR3	55.34	11.453	.493	.755
DIS1	55.26	12.033	.315	.771
PER1	55.54	12.090	.313	.771
PEM1	55.44	11.598	.471	.758
PEN1	55.22	12.012	.326	.770

Lampiran 11
Tabel Frekuensi Kredibilitas *Endorser* Lionel Messi terhadap *Brand Image* Adidas pada kelompok JCI Yogyakarta

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATT1	55.74	19.053	.405	.770
ATT2	55.60	19.959	.339	.775
ATT3	55.28	19.022	.474	.762
ATT4	55.56	19.680	.313	.781
TRU1	55.24	17.941	.636	.744
TRU2	55.38	20.404	.411	.769
TRU3	55.06	20.670	.385	.771
TRU4	55.24	20.839	.374	.772
TRU5	54.98	19.081	.499	.759
EXP1	55.12	20.353	.302	.778
EXP2	55.32	20.834	.319	.776
EXP3	54.88	20.598	.397	.770
EXP4	54.88	20.393	.485	.765
EXP5	54.70	21.316	.332	.775

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AF1	52.72	28.859	.510	.835
AF2	52.24	27.574	.524	.832
AF3	52.44	30.129	.352	.842
AF4	52.36	27.786	.411	.839
AFU1	52.70	27.276	.391	.843
AFU2	52.34	26.433	.667	.822
AFU3	52.46	26.784	.561	.829
KAR1	52.42	26.779	.474	.836
KAR2	52.24	27.043	.546	.830
KAR3	52.26	27.707	.461	.836
DIS1	52.14	28.286	.573	.831
PER1	52.54	26.784	.449	.838
PEM1	52.22	28.134	.457	.836
PEN1	51.86	27.796	.585	.829

Lampiran 12
Tabel Regresi Kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *Brand Image* Nike
pada kelompok Madridista Yogyakarta

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KECRMAD ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BINMAD

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.264	.248	.46702

a. Predictors: (Constant), KECRMAD

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.748	1	3.748	17.183	.000 ^a
	Residual	10.469	48	.218		
	Total	14.217	49			

a. Predictors: (Constant), KECRMAD

b. Dependent Variable: BINMAD

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.991	.447		4.456	.000
	KECRMAD	.469	.113	.513	4.145	.000

a. Dependent Variable: BINMAD

Lampiran 13
Tabel Regresi Kredibilitas Lionel Messi terhadap *Brand Image* Adidas pada kelompok FCBI Yogyakarta

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KELMBARC ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BILMBARC

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.636	.628	.32015

a. Predictors: (Constant), KELMBARC

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.580	1	8.580	83.710	.000 ^a
	Residual	4.920	48	.102		
	Total	13.500	49			

a. Predictors: (Constant), KELMBARC

b. Dependent Variable: BILMBARC

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.769	.325		2.365	.022
	KELMBARC	.682	.075	.797	9.149	.000

a. Dependent Variable: BILMBARC

Lampiran 14
Tabel Regresi Kredibilitas Cristiano Ronaldo terhadap *Brand Image* Nike
pada kelompok JCI Yogyakarta

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KECRN ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BINN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.407 ^a	.166	.148	.24649

a. Predictors: (Constant), KECRN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.580	1	.580	9.542	.003 ^a
	Residual	2.916	48	.061		
	Total	3.496	49			

a. Predictors: (Constant), KECRN

b. Dependent Variable: BINN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.440	.272		12.635	.000
	KECRN	.227	.074	.407	3.089	.003

a. Dependent Variable: BINN

Lampiran 15
Tabel Regresi Kredibilitas Lionel Messi terhadap *Brand Image* Adidas pada kelompok JCI Yogyakarta

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KELMN ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BIAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.246	.35114

a. Predictors: (Constant), KELMN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.098	1	2.098	17.014	.000 ^a
	Residual	5.918	48	.123		
	Total	8.016	49			

a. Predictors: (Constant), KELMN

b. Dependent Variable: BIAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.454	.626		2.324	.024
	KELMN	.607	.147	.512	4.125	.000

a. Dependent Variable: BIAN

