

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi CV. Biensi Fesyenindo	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Aspek Teoritis.....	13
1.5.2 Aspek Praktis	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.6.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran	16
2.1.3 Pengertian Bauran Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.4 Periklanan	18
2.1.5 <i>Endorser</i>	20
2.1.6 <i>Brand awareness</i>	28

2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.2.1 Skripsi	30
2.2.2 Jurnal Nasional	32
2.2.3 Jurnal Internasional.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.1.1 Karakteristik Penelitian.....	41
3.1.2 Alat Pengumpulan Data	42
3.2 Variabel Operasional	43
3.2.1 Variabel Eksogen/Independen (X).....	44
3.2.2 Variabel Endogen/Dependen (Y).....	44
3.2.3 Indikator Variabel Penelitian	44
3.2.4 Skala Pengukuran	49
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.4.1 Populasi.....	53
3.4.2 Sampel	54
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	55
3.5.1 Pengumpulan Data	55
3.5.2 Sumber Data	56
3.5.3 Uji Validitas dan Realibilitas	56
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	60
3.6.1 Teknik Analisis Data	60
3.6.2 Analisis Deskriptif	61
3.6.3 <i>Structural equation modeling</i> (SEM)	63
3.6.4 Pengujian Hipotesis	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Deskripsi Variabel.....	71
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	71

4.1.2 Analisis Deskriptif Penelitian	75
4.2 Analisis Statistik.....	84
4.2.1 Analisis <i>Structural equation modeling</i>	84
4.2.1.2 Uji <i>Goodness of fit</i> (GOF)	89
4.3 Analisis Pengaruh Variabel	95
4.3.1 Hasil Pengujian Hipotesis.....	95
4.3.2 Pembahasan Hasil Penelitian	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	109
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	109
5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115