

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	15
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Kerangka Teori	17
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	17
2.1.3 Periklanan	19
2.1.4 Kampanye	19
2.1.5 New Media	22
2.1.6 Media Sosial	23
2.1.7 Celebrity Endorser	25

2.1.8 Brand	28
2.1.9 Brand Awareness	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Penelitian	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	44
3.2.2 Skala Pengukuran	49
3.3 Populasi dan Sampel	50
3.3.1 Populasi	50
3.3.2 Sampel	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Data Primer	53
3.4.2 Data Sekunder	53
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.5.1 Uji Validitas	53
3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.6 Teknik Analisis Data	57
3.6.1 Analisis Deskriptif	57
3.6.2 Uji Method Successive Interval (MSI)	60
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	61
3.6.7 Uji Regresi Linier Berganda	63
3.6.8 Analisis Korelasi	64
3.6.9 Uji Koefisien Determinasi	65

3.6.10 Uji Hipotesis	66
BAB IV	68
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Pengumpulan Data	68
4.2 Karakteristik Responden	68
4.3 Hasil Penelitian	76
4.3.1 Hasil Analisis Variabel X1	76
4.3.2 Hasil Analisis Variabel X2	87
4.3.3 Hasil Analisis Variabel Y	99
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	110
4.3.5 Uji Regresi Linear Berganda	114
4.3.6 Analisis Korelasi	115
4.3.7 Koefisien Determinasi	118
4.3.8 Uji Hipotesis	119
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	122
4.4.1 Kampanye	122
4.4.2 Celebrity Endorser	126
4.4.3 Brand Awareness	130
4.4.4 Pengaruh Kampanye #TellYourDifference dan Celebrity Endorser Eva Celia terhadap Brand Awareness Matoio	133
BAB V	136
KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran	137
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	137
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	138
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	145