

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 Merek (<i>Brand</i>)	15
2.1.3 Brand Ambassador	16
2.1.4 Brand Image	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	33
3.2.1 Variabel Operasional	33
3.2.2 Skala Pengukuran	37

3.4 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Jenis Data	40
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Analisi Data Deskriptif.....	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.3 Uji Regresi Linear Sederhana	47
3.6.4 Uji Hipotesis (Uji t)	48
3.6.5 Uji Koefisiensi Determinasi.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Karakteristik Responden	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	53
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.3 Uji Hipotesis (Uji t)	62
4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	62
4.3 Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Aspek Teoritis	66
5.2.2 Aspek Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70