

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Waktu dan Periode Penelitian | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 Rangkuman Teori | 13 |
| 2.1.1 Special Event | 13 |
| 2.1.2 Merek | 17 |
| 2.1.3 Citra Merek..... | 18 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 21 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 27 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 28 |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian | 29 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 30 |
| 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 30 |
| 3.2.1 Operasional Variabel | 30 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 36 |
| 3.3.1 Populasi Penelitian..... | 36 |
| 3.3.2 Sampel Penelitian | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 38 |
| 3.5.1 Uji Validitas | 38 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif | 42 |
| 3.6.2 Method of Successive Interval (MSI)..... | 44 |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik..... | 45 |
| 3.6.4 Uji Analisis Korelasi..... | 45 |
| 3.6.5 Analisis Inferensial | 46 |
| 3.6.6 Koefisien Determinasi | 47 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 49 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 49 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 50 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Domisili | 50 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Whitelab karena Oh Sehun Terpilih menjadi Brand Ambassador | 51 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Terpilihnya Oh Sehun menjadi Brand Ambassador Membuat Tertarik Menggunakan Whitelab | 51 |
| 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X..... | 52 |
| 4.2.1 Dimensi Uniqueness | 52 |
| 4.2.2 Dimensi Perishability..... | 53 |
| 4.2.3 Dimensi Intangibility | 55 |
| 4.2.4 Dimensi Suasana dan Pelayanan..... | 56 |
| 4.2.5 Dimensi Personal Interaction..... | 58 |
| 4.2.6 Hasil Keseluruhan Kuesioner pada Variabel X | 60 |
| 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y..... | 60 |
| 4.3.1 Dimensi Corporate Image..... | 61 |
| 4.3.2 Dimensi User Image | 62 |
| 4.3.3 Dimensi Product Image | 64 |
| 4.3.4 Hasil Keseluruhan Kuesioner pada Variabel Y | 65 |
| 4.4 Uji Validitas..... | 66 |
| 4.5 Uji Reliabilitas..... | 68 |
| 4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 68 |
| 4.6.1 Uji Normalitas..... | 68 |
| 4.6.2 Uji Heterokedastisitas | 70 |
| 4.7 Hasil Analisis Korelasi | 71 |
| 4.8 Hasil Analisis Inferensial | 71 |

| | |
|---|-----------|
| 4.8.1 Uji Hipotesis | 71 |
| 4.8.2 Uji Regresi Linear Sederhana | 73 |
| 4.9 Koefisien Determinasi | 74 |
| 4.10 Pembahasan Penelitian | 77 |
| 4.10.1 Variabel <i>Special Event</i> (X) | 78 |
| 4.10.2 Variabel Citra Merek (Y)..... | 79 |
| 4.10.3 Pengaruh <i>Special Event</i> terhadap Citra Merek | 80 |
| BAB V PENUTUP | 82 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 82 |
| 5.2 Saran | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 83 |
| LAMPIRAN..... | 85 |