

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	6
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSAKA.....	15
2.1 Rangkuman Teori .....	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	17
2.1.4 <i>Brand Image</i> .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	29
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	29
2.5.1 Lokasi dan Subjek Penelitian.....	29
2.5.2 Variabel dan Sub – Variabel Penelitian .....	29
BAB III .....	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian .....	30

3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
3.2.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1 Uji Validitas .....	36
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	41
3.6.4 Uji Hipotesis .....	41
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	42
3.6.6 <i>Method of Successive Internal</i> (MSI) .....	42
BAB IV .....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1 Karakteristik Responden	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Hasil Penelitian Teknik Analisis Data Deskriptif.....	44
4.2.2 Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik .....	52
4.2.3 Hasil Penelitian Analisis Regresi Linear Sederhana.....	53
4.2.4 Hasil Penelitian Uji Hipotesis .....	54
4.2.5 Hasil Penelitian Koefisien Determinasi .....	55
4.2.6 Hasil Penelitian <i>Method of Successive Internal</i> (MSI).....	56
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.3.1 Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	56
4.3.2 Variabel <i>Brand Image</i> .....	58

4.3.3 Pengaruh Yasmin Napper sebagai <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk Kosmetik Wardah.....	60
BAB V .....	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	62
5.2.1 Saran Teoretis.....	62
5.2.2 Saran Praktis .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN.....	67