

## DAFTAR ISI

Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Terhadap Brand Image Blibli .....	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRACT.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB 1 .....	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	14
1.2 Identifikasi Masalah .....	22
1.3 Tujuan Penelitian .....	23
1.4 Kegunaan Penelitian .....	23
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	23
1.6 Sistematika Penelitian .....	24
BAB 2 .....	26
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....	26
2.1 Rangkuman Teori .....	26
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	26
2.1.2 <i>Brand image</i> (Citra Merek).....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran .....	38
2.4 Hipotesis Penelitian .....	39
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	39
BAB 3 .....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian .....	41
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	42
3.3 Populasi dan Sample.....	43

3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6	Teknik Analisis Data .....	47
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.6.2	Uji <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) .....	48
3.6.3	Uji Normalitas .....	49
3.6.4	Analisis Korelasi .....	49
3.6.5	Regresi Linear Sederhana.....	50
3.6.6	Koefisien Determinasi .....	50
3.6.7	Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB 4</b>		<b>52</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	52
4.1.1	Umur.....	52
4.1.2	Jenis Kelamin .....	53
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	54
4.2.2	<i>Methods of Succesive Internal</i> (MSI).....	61
4.2.3	Uji Normalitas .....	61
4.2.4	Analisis Korelasi .....	62
4.2.5	Regresi Linier Sederhana .....	63
4.2.6	Koefisien Determinasi .....	64
4.2.7	Uji Hipotesis Uji t .....	67
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.3.1	Brand Ambassador (X).....	68
4.3.2	Brand Image .....	69
<b>BAB 5</b>		<b>70</b>
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>74</b>