

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN JUDUL	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	0
1.1 Latar Belakang	0
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Komunikasi.....	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 Periklanan	15
2.1.4 Brand.....	16
2.1.5 Brand Ambassador	17
2.1.6 Brand Image.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Operasional Variable dan Skala Pengukuran	34
3.2.1 Operasional Variable	34
3.2.2 Skala Pengukuran.....	37
3.3 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
3.4.2 Pengumpulan Data	40
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas.....	41
3.5.1 Uji Validitas.....	41
3.5.2 Uji Reabilitas	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	44
3.6.2 Method of Succesive Interval (MSI).....	46
3.6.3 Uji Koefisien Korelasi	47
3.6.4 Koefisien Determinasi	48
3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	48
3.6.6 Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Karakteristik Responden	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	52
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	53
4.2 Hasil Penelitian	54

4.2.1 Analisis Deskriptif Brand Ambassador.....	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variable Brand Image	57
4.2.3 Methode of Succesive Interval.....	61
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.2.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	63
4.2.6 Uji Hipotesis	64
4.2.7 Uji Koefisien Determinasi	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.3.1 Brand Ambassador (X)	67
4.3.2 Brand Image.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Praktis	69
5.2.2 Saran Teoritis	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74