

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
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	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktisi.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Elaboration Likelihood Theory (ELT).....	11
2.1.2 Central Route.....	11
2.1.3 Peripheral Route	12
2.1.4 Brand Ambassador.....	13
2.1.5 Brand Image	15
2.1.6 Telkom University	16
2.1.7 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Penelitian	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	31
3.2.1 Variabel Penelitian	31

3.2.2 Skala Pengukuran	38
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.2 Pengumpulan Data.....	42
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.5.1 Uji Validitas	43
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi	50
3.7 Pengujian Hipotesis.....	51
3.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T).....	51
3.7.2 Pengujian Secara Simultan (Uji-F).....	52
3.7.3 Koefisien Determinasi	52
3.8 Metode Successive Interval (MSI).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Pengumpulan Data	54
4.2 Karakteristik Responden	54
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden.....	56
4.3 Hasil Penelitian	57
4.3.1 Hasil Penelitian Teknik Analisis Data Deskriptif.....	57
4.3.2 Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik	90
4.3.3 Hasil Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
4.3.4 Hasil Analisis Koefisien Relasi	95
4.3.5 Pengujian Hipotesis	96
4.3.6 Koefisien Determinasi	98
4.3.7 Hasil Penelitian <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	101
4.4 Pembahasan.....	101
4.4.1 Brand Ambassador Tanjidor	101
4.4.2 Brand Ambassador SMB Telkom	106

4.4.3 Brand Image	111
4.4.4 Pengaruh Brand Ambassador Tanjidor Terhadap Brand Image Telkom University	113
4.4.5 Pengaruh Brand Ambassador SMB Telkom Terhadap Brand Image Telkom University	114
4.4.6 Analisis Komparatif Pengaruh Brand Ambassador Tanjidor dan Brand Ambassador SMB Telkom terhadap Brand Image	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	119
5.2.1 Saran Akademis	119
5.2.2 Saran Praktis	119
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN.....	125