

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	3
DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR LAMPIRAN	5
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.4.1 Kegunaan Teoritis	14
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.2 Brand Ambassador.....	17
2.1.3 Brand Awareness	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Penelitian	29
2.4 Hipotesis Penelitian	29
2.5 Ruang Lingkup.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Operasionalisasi Variabel	31
3.3 Skala Pengukuran.....	37
3.4 Populasi dan Sample	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40

3.5.1	Data Primer	40
3.5.2	Data Sekunder	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1	Statistik Deskriptif	44
3.7.2	Uji Normalitas.....	46
3.7.3	Uji Korelasi	47
3.7.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	48
3.7.5	Koefisiensi Determinasi	48
3.7.6	Uji Hipotesis (Uji-T).....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Pengumpulan Data	50
4.1.1	Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2	Kriteria Responden Berdasarkan Usia	51
4.2	Karakteristik Responden	52
4.2.1	Karakteristik Responden Fans NCT DREAM (NCTZEN).....	52
4.2.2	Kriteria Responden Mengetahui NCT DREAM Menjadi Brand Ambassador Chiki TosTos.....	52
4.2.3	Kriteria Responden Pernah Mendengar Produk Chiki TosTos.....	53
4.3	Hasil Penelitian	54
4.3.1	Statistik Deskriptif	54
4.3.2	Uji Normalitas.....	83
4.3.3	Uji Korelasi	84
4.3.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	85
4.3.5	Koefisiensi Determinasi	88
4.3.6	Uji Hipotesis (Uji-T).....	88
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.4.1	Variabel Brand Ambassador	90
4.4.2	Variabel Brand Awareness.....	93
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	95
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran Teoritis	98
5.2.2	Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN.....		105