

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
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 Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Metode Penelitian.....	38

3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	39
3.2.1	Operasional Variabel.....	39
3.2.2	Skala Pengukuran.....	46
3.3	Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1	Populasi	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1	Data Primer	49
3.4.2	Data Sekunder	49
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.5.1	Uji Validitas	50
3.5.2	Uji Reliabilitas	52
3.6	Teknik Analisis Data	54
3.6.1	Analisis Deskriptif	54
3.6.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	55
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.6.4	Analisis Koefisiensi Korelasi.....	57
3.6.5	Analisis Koefisiensi Determinasi	58
3.6.6	Analisis Regresi Linear Sederhana	58
3.6.7	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Pengumpulan Data.....	61
4.2	Karakteristik Responden	62
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	62
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
4.3	Hasil Penelitian.....	69
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X) <i>Brand Ambassador</i>	69
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y) <i>Brand Trust</i>	77
4.3.3	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	88
4.3.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3.5	Hasil Uji Koefisiensi Korelasi	90

4.3.6	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	91
4.3.7	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	92
4.3.8	Hasil Uji Hipotesis	93
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.4.1	Pembahasan <i>Brand Ambassador</i>	97
4.4.2	Pembahasan <i>Brand Trust</i>	101
4.4.3	Pengaruh Red Velvet Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Trust</i> Azarine's Makeup Café.....	104
BAB V PENUTUP.....		111
5.1	Kesimpulan.....	111
5.2	Saran	111
5.2.1	Saran Teoritis	111
5.2.2	Saran Praktis.....	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN.....		118