

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teori	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.6 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Teori S-O-R (<i>Stimulus Organism Response</i>).....	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.4 <i>Brand Image</i>	16
2.1.5 <i>New Media</i>	17
2.1.6 <i>Esports</i>	18
2.1.7 RRQ (Rex Regum Qeon).....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis penelitian	29
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	30
2.5.1 Variabel Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.4.1 <i>Brand Ambassador</i> Windah Basudara (X)	77
4.4.2 <i>Brand Image</i> Tim <i>Esports</i> Rex Regum Qeon (Y)	79
4.4.3 Pengaruh Windah Basudara Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Tim <i>Esports</i> Rex Rex Qeon	81
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	84
5.2.1 Saran Teoretis	84
5.2.2 Saran Praktis	84
LAMPIRAN.....	90