

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Profil Perusahaan | 1 |
| 1.1.2 Logo Perusahaan | 2 |
| 1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan | 2 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 2 |
| 1.3 Identifikasi Masalah | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 8 |
| 1.5.1 Aspek Teoritis | 8 |
| 1.5.2 Aspek Praktis | 8 |
| 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian | 8 |
| 1.6.1 Lokasi Penelitian | 8 |
| 1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Kajian Teoritis | 10 |
| 2.1.1 Komunikasi | 10 |
| 2.1.2 Brand | 14 |
| 2.1.3 Branding | 16 |
| 2.1.4 <i>Brand Activation</i> | 17 |
| 2.1.5 <i>Co-Branding</i> | 19 |
| 2.1.6 Perilaku Konsumen | 26 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.7 | Model AISAS | 26 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 30 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 44 |
| 2.4 | Hipotesis Penelitian | 45 |
| 2.5 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 46 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian | 46 |
| 3.2 | Operasional Variabel..... | 46 |
| 3.2.1 | Variabel Penelitian | 46 |
| 3.3 | Skala Operasional..... | 49 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 50 |
| 3.4.1 | Populasi | 50 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 50 |
| 3.4.3 | Teknik Sampling..... | 51 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 52 |
| 3.5.1 | Sumber Data | 52 |
| 3.5.2 | Metode Pengumpulan Data..... | 52 |
| 3.6 | Alat Ukur Penelitian | 53 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 53 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas | 54 |
| 3.7 | Teknis Analisis Data | 55 |
| 3.7.1 | Analisis Deskriptif | 55 |
| 3.7.2 | <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> | 56 |
| 3.7.3 | Uji Asumsi Klasik..... | 57 |
| 3.7.4 | Analisis Regresi Linier Sederhana | 58 |
| 3.7.5 | Analisis Korelasi | 59 |
| 3.7.6 | Uji Koefisien Determinasi | 59 |
| 3.7.7 | Uji Hipotesis..... | 60 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 61 |
| 4.1 | Pengumpulan Data | 61 |
| 4.2 | Karakteristik Responden | 61 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 61 |
| 4.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 62 |
| 4.3 | Hasil Penelitian | 63 |

| | | |
|--------------|---|-----|
| 4.3.1 | Hasil Analisis Deskriptif Variabel X | 63 |
| 4.3.2 | Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y | 77 |
| 4.3.3 | Uji Asumsi Klasik | 90 |
| 4.3.4 | Analisis Regresi Sederhana | 93 |
| 4.3.5 | Analisis Korelasi | 94 |
| 4.3.6 | Uji F | 95 |
| 4.3.7 | Uji Hipotesis | 96 |
| 4.3.8 | Koefisien Determinasi | 97 |
| 4.4 | Pembahasan | 98 |
| 4.4.1 | Analisis Deskriptif <i>Co-Branding</i> | 98 |
| 4.4.2 | Analisis Deskriptif Respon Konsumen | 99 |
| 4.4.3 | Analisis Pengaruh <i>Co-Branding</i> Terhadap Respon Konsumen 100 | |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 102 |
| 5.1 | Kesimpulan | 102 |
| 5.2 | Saran | 103 |
| 5.2.1 | Saran Praktis | 103 |
| 5.2.2 | Saran Teoritis | 103 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 104 |
| | LAMPIRAN | 107 |