

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Gambar Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	3
1.3 Rumusan dan Identifikasi Masalah .....	13
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	14
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	15

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	17
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	18
2.1.3 Periklanan .....	20
2.1.3.1 Fungsi Iklan.....	22
2.1.3.2 Tujuan Iklan .....	22
2.1.4 Kreatifitas Iklan .....	23
2.1.5 Celebrity Endorser .....	25
2.1.5.1 Fungsi dan Manfaat <i>Celebrity Endorser</i> .....	25
2.1.5.2 Batasan Masalah <i>Celebrity Endorser</i> .....	26
2.1.6 Merek .....	27
2.1.6.1 Pengertian Merek .....	27
2.1.6.2 Manfaat Merek .....	27
2.1.6.3 Brand Equity.....	28
2.1.7 Brand Awareness .....	29
2.1.7.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	29
2.1.7.1 Batasan Masalah <i>Brand Awareness</i> .....	31
2.2 Hubungan Antara Kreatifitas Iklan dan Brand Awareness .....	31
2.3 Hubungan Antara Celebrity Endorser dan Brand Awareness .....	34
2.4 Kerangka Pemikiran .....	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5.1 Jurnal Nasional .....	35
2.5.2 Skripsi .....	39
2.5.3 Jurnal Internasional.....	44

### **3. METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Obyek Penelitian .....	49
3.3 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	49
3.3.1 Operasional Variabel .....	49
3.3.2 Skala Pengukuran .....	55
3.4 Populasi dan Sampel .....	56
3.4.1 Populasi.....	56
3.4.2 Sampel .....	57
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas .....	58
3.5.1 Uji Validitas .....	58
3.5.2 Uji Realibilitas .....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	63
3.6.1 Data Primer .....	63
3.6.2 Data Sekunder .....	64
3.7 Method of Successive Interval (MSI) .....	65
3.8 Teknik Analisis Data .....	66
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	66
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi .....	69
3.8.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	69
3.8.5 Uji Hipotesis .....	70
3.8.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	70
3.8.5.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	70

<b>4.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Pengumpulan Data .....	72
4.2	Karakter Responden .....	72
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	74
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	74
4.3	Hasil Penelitian.....	75
4.3.1.	Analisis Deskriptif .....	75
4.3.2	Method Of Successive Interval (MSI) .....	102
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	102
4.3.4	Regresi Linier Berganda .....	106
4.3.5	Pengujian Hipotesis .....	108
4.3.6	Koefisien Determinasi .....	110
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
4.4.1	Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Kreativitas	
	Iklan .....	112
4.4.2	Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Celebrity	
	Endorser .....	112
4.4.3	Pembahasan Analisis Deskriptif Brand Awareness .....	113
4.4.5	Analisis Uji Hipotesis .....	114
<b>5.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Saran.....	116
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	116

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Sebelumnya..... 116

**DAFTAR PUSTAKA ..... 117**