

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Latar Belakang Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Marketing Mix	16
2.1.2 Integrated Marketing Communication.....	16
2.1.3 Iklan	19
2.1.4 Video Advertising.....	23
2.1.5 <i>Brand Loyalty</i>	24
2.1.6 Iklan Terhadap Brand Loyalty	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis Penelitian	42

BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Instrumen Penelitian	45
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3 Tahapan Penelitian	47
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Sampel	48
3.5 Sumber Data	50
3.5.1 Data Primer	50
3.5.2 Data Sekunder	50
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	50
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reabilitas	52
3.6.3 Analisis Deskriptif Variabel	53
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	54
3.6.5 Methods of Successive Internal (MSI)	55
3.6.6 Uji Normalitas	56
3.6.7 Uji Korelasi	56
3.6.8 Uji Hipotesis (Uji T)	56
3.6.9 Analisis Koefisien Determinasi (R²)	57
3.7 Lokasi Penelitian	58
BAB VI	59
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Kelamin	60
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Iklan Gojek Cerdikiawan	60
4.2.2 Pernyataan Responden Terhadap Brand Loyalty	63
4.3 Uji Asumsi Klasik	65
4.3.1 Uji Normalitas	65

4.3.2	Analisis Korelasi.....	67
4.3.3	Regresi Linier Sederhana.....	67
4.3.4	Uji Hipotesis (Uji-t).....	68
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	70
4.4	Pembahasan	71
4.4.1	Pembahasan dan Hasil Penelitian	71
4.4.2	Iklan	73
4.4.3	Brand Loyalty.....	75
4.4.4	Besar Pengaruh Iklan Gojek Cerdikiawan Sebagai Salah Satu <i>Tools</i> <i>Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Loyalty Gojek di Indonesia</i> 77	
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran.....	81
5.2.1	Saran Teoritis.....	81
5.2.2	Saran Praktis.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86