

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3 Iklan.....	17
2.1.3.2 Tujuan Iklan	17
2.1.4 Daya Tarik Iklan	21
2.1.5 Daya Tarik Humor	22
2.1.6 <i>Celebrity Endorser</i>	23
2.1.7 <i>Brand Awareness</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.2.1 Jurnal Internasional	28
2.2.2 Jurnal Nasional.....	32

2.2.3	Skripsi	37
2.3	Kerangka Pemikiran.....	42
2.4	Hipotesis Penelitian.....	43
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Objek Penelitian	46
3.3	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	46
3.3.1	Operasional Variabel.....	46
3.3.2	Skala Pengukuran.....	50
3.4	Populasi dan Sampel	51
3.4.1	Populasi	51
3.4.2	Sampel.....	51
3.5	Uji Validitas dan Realitas.....	53
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	57
3.6.1	Data Primer	57
3.6.2	Data Sekunder	58
3.7	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	59
3.8	Teknik Analisis Data.....	59
3.8.1	Analisis Deskriptif	59
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	61
3.8.3	Uji Koefisien Korelasi.....	63
3.8.4	Uji Koefisien Determinasi	64
3.8.5	Uji Regresi Linier Berganda	64
3.8.6	Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Pengumpulan Data	67
4.2	Analisis Karakteristik Responden.....	67
4.2.1	<i>Screening Question</i>	67

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.3	Hasil Penelitian	70
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	70
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	84
4.4.1	Pembahasan Variabel Daya Tarik Humor (X1).....	84
4.4.2	Pembahasan Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X2).....	85
4.4.3	Pembahasan Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y).....	85
4.4.4	Pengaruh Daya Tarik Humor terhadap <i>Brand Awareness</i>	86
4.4.5	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	87
4.4.6	Seberapa Besar Pengaruh Daya Tarik Humor dan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	87
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran.....	89
5.2.1	Saran Teoritis	89
5.2.2	Saran Praktis	90
	DAFTAR PUSTAKA	91
	LAMPIRAN.....	94
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
	Lampiran 2 Tabel Tabulasi Data.....	98
	Lampiran 3 Tabel Transformasi Data <i>Methods of Succesive Interval</i>	140
	Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	182
	Lampiran 5 Cek Plagiarisme (Turnitin).....	185
	Lampiran 6 Iklan ‘Aksi Jagoan – Jamtangan.com’.....	186