

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1. Aspek Teoritis.....	12
1.5.2. Aspek Praktis	12
1.6. Waktu dan Periode	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1. Tinjauan Pustaka	13
2.1.1. Komunikasi.....	13

2.1.2.	Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3.	<i>Brand</i>	14
2.1.4.	<i>Brand Ambassador</i>	15
2.1.4.	<i>Brand Image</i>	16
2.1.6.	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>Brand Image</i>	18
2.2.	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	25
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	25
2.5.	Ruang Lingkup Penelitian.....	26
BAB III		27
METODE PENELITIAN		27
3.1.	Jenis Penelitian.....	27
3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	27
3.2.1.	Operasional Variabel	27
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	30
3.3.	Populasi dan Sampel	31
3.3.1.	Populasi.....	31
3.3.2.	Sampel.....	32
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1.	Kuisisioner (Angket)	33
3.4.2.	Studi Pustaka (<i>Library Research</i>).....	33
3.5.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	33
3.5.1.	Uji Validitas	33
3.5.2.	Uji Reliabilitas	36
3.6.	Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1.	Deskriptif Statistik	37
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.3.	Analisis Regresi Linear Sederhana	38
3.6.4.	Analisis Korelasi.....	39

3.6.5.	Koefisien Determinasi	40
3.6.6.	Uji Hipotesis	40
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1.	Pengumpulan Data	42
4.2.	Karakteristik Responden	42
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	45
4.3.	Hasil Penelitian	46
4.3.1.	Analisis Deskriptif	46
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.3.	Analisis Korelasi	61
4.3.4.	Uji Hipotesis	61
4.3.5.	Analisis Koefisien Determinasi	62
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.4.1.	Variabel <i>Brand Ambassador</i>	61
4.4.2.	Variabel <i>Brand Image</i>	63
4.4.3.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Thariq Halilintar Terhadap <i>Brand Image</i> Kopi Lain Hati	64
4.4.4.	Besar Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Thariq Halilontar Terhadap <i>Brand Image</i> Kopi Lain Hati	65
BAB V	69
KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Saran.....	69
5.2.1.	Aspek Teoritis	69
5.2.2.	Aspek Praktis	70

DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	76