

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSAKA.....	15
2.1 Rangkuman Teori	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	17
2.1.4 <i>Brand Image</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	29
2.5.1 Lokasi dan Subjek Penelitian.....	29
2.5.2 Variabel dan Sub – Variabel Penelitian	29
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30

3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
3.2.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	41
3.6.4 Uji Hipotesis	41
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	42
3.6.6 <i>Method of Successive Internal (MSI)</i>	42
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Karakteristik Responden	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Hasil Penelitian Teknik Analisis Data Deskriptif.....	44
4.2.2 Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik	52
4.2.3 Hasil Penelitian Analisis Regresi Linear Sederhana.....	53
4.2.4 Hasil Penelitian Uji Hipotesis	54
4.2.5 Hasil Penelitian Koefisien Determinasi	55
4.2.6 Hasil Penelitian <i>Method of Successive Internal (MSI)</i>	56
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.3.1 Variabel <i>Brand Ambassador</i>	56
4.3.2 Variabel <i>Brand Image</i>	58

4.3.3 Pengaruh Yasmin Napper sebagai <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk Kosmetik Wardah.....	60
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Teoretis.....	62
5.2.2 Saran Praktis.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67