

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Komunikasi	13
2.1.2 Teori S-O-R	15
2.1.3 <i>Brand</i>	17
2.1.4 Brand Ambassador	18
2.1.5 Brand Image	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.2.1 Operasional Variabel.....	32
3.2.2 Skala Pengukuran.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data Sekunder	39
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.5.1 Uji Validitas	40
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Analisis Deskriptif	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.3 Uji Koefisien Korelasi.....	46
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi.....	47
3.6.5 Uji Regresi Linear Sederhana	47
3.6.6 Uji Hipotesis.....	48
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Karakteristik Responden	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	51
4.2 <i>Screening Question</i>	52
4.2.1 <i>Screening Question</i> Responden Usia 15-30 Tahun	52
4.2.2 <i>Screening Question</i> Responden yang Mengenal ITZY Sebagai Girl Group asal Korea Selatan.....	52
4.2.3 <i>Screening Question</i> Responden yang Mengetahui ITZY Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Susu Ultra Milk	53
4.2.4 <i>Screening Question</i> Responden yang Pernah Membeli Susu Ultra Milk Berkolaborasi dengan ITZY	54
4.3 Hasil Penelitian	54
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>).....	54
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (<i>Brand Image</i>).....	64
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.4 Hasil Penelitian	78
4.4.1 Variabel X <i>Brand Ambassador</i>	79
4.4.2 Variabel Y <i>Brand Image</i>	81
4.4.3 Pembahasan Pengaruh ITZY sebagai <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Image</i> Susu Ultra Milk	83
BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	86
5.2.1 Aspek teoritis	86
5.2.2 Aspek Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	94