

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Brand	10
2.1.3 Brand Ambassador	11
2.1.4 Brand Loyalty.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.2.1 Jurnal Nasional.....	15
2.2.2 Jurnal Internasional	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian	21
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	21

BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian	22
3.3 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	22
3.3.1 Operasional Variabel.....	22
3.3.2 Skala Pengukuran.....	26
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1 Data Primer	28
3.5.2 Data Sekunder	28
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Deskriptif	33
3.7.2 Method of Succesive Interval (MSI).....	34
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3.2 Analisis Korelasi	35
3.7.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	36
3.7.3.4 Uji Hipotesis.....	36
3.7.3.5 Uji Koefisien Determinasi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Karakteristik Responden.....	38
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y Brand Loyalty	48
4.2.3 Method Successive Interval (MSI).....	56

Peneliti mengonversi data dari ordinal menjadi data interval dengan menerapkan Method Successive Interval sebelum mengolah hasil data responden. Hasil transformasi akan dilampirkan pada lampiran.	56
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.2.4.1 Uji Normalitas	56
4.2.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	58
4.2.4.4 Uji Hipotesis.....	59
4.2.4.5 Uji Koefisien Determinasi.....	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.3.1 Variabel Brand Ambassador (X).....	62
4.3.2 Variabel Brand Loyalty (Y)	65
4.3.3 Pengaruh Brand Ambassador NCT DREAM Terhadap Brand Loyalty Produk Lemonilo	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Aspek Teoritis	70
5.2.2 Aspek Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74