

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.5. Waktu dan Jadwal Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Materi.....	13
2.1.1 Kampanye	13
2.1.2 Brand Image	19
2.1.3 Hubungan antara kampanye dan <i>brand image</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	33
3.2.1 Operasional Varibel	33
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36

3.3	Populasi dan Sampel	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2	Uji Normalitas.....	44
3.6.3	<i>Method Succesive Interval (MSI)</i>	44
3.6.4	Analisis Korelasi	45
3.6.5	Regresi Linear Sederhana	46
3.6.6	Koefisien Determinasi.....	46
3.6.7	Uji T (parsial).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	48
4.1.1	Karakteristik Responden	48
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Analisis Deskriptif	50
4.2.2	Uji Normalitas.....	57
4.2.3	Method Successive Interval (MSI)	57
4.2.4	Analisis Korelasi	58
4.2.5	Analisis Regresi Linear Sederhana	59
4.2.6	Koefisien Determinasi.....	60
4.2.7	Uji T (Parsial)	61
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.3.1	Kampanye	62
4.3.2	Brand Image.....	63
4.3.3	Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2.1	Saran Praktis	67
5.2.2	Saran Akademis	68
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN		72