

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	4
KATA PENGANTAR	1
ABSTRAK	3
ABSTRACT.....	4
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR TABEL.....	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I.....	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Identifikasi Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.4.1 Manfaat Akademik	22
1.4.2 Manfaat Praktis	22
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	23
BAB II.....	24
KAJIAN PUSTAKA.....	24
2.1 Rangkuman Teori	24
2.1.1 Komunikasi.....	24
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.1.3 Model Teori Komunikasi Lasswell.....	25

2.1.4 Celebrity Endorser	26
2.1.5 Brand Awareness	27
2.1.6 Keputusan pembelian konsumen	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2.1 Jurnal Internasional.....	28
2.2.2 Jurnal Nasional	31
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	36
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	37
3.2.1 Operasional Variabel	37
3.3 Skala Pengukuran	46
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel	47
3.5 Uji Validitas dan Realitas.....	49
3.5.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	53
3.6.1 Data primer	53
3.6.2 Data sekunder	54
3.7 Method of Successive Interval (MSI)	54

3.8 Teknik Analisis Data	56
3.8.1 Analisis Deskriptif	56
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi	57
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.8.5 Uji Hipotesis	58
BAB IV	60
4.1 Pengumpulan Data	60
4.2 Karakteristik Responden	60
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.3 Hasil Penelitian.....	62
4.3.1 Analisis Deskriptif	62
4.3.2 Method of Successive Interval (MSI).....	78
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	83
4.3.5 Uji T.....	84
4.3.6 Uji F.....	85
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi	85
4.4 Hasil Penelitian.....	86
4.4.1 Pembahasan Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	87
4.4.2 Pembahasan Variabel Brand Awareness	87
4.4.3 Pembahasan Variabel Keputusan Pembelian.....	88

4.4.4 Pembahasan Pengaruh Celebrity Endorser Ruben Onsu dan Brand Awareness Ben's Market terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	89
BAB V.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Teoritis.....	90
5.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	98