

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah	12
1.6 Waktu Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.1 Elaboration Likelihood Model	15
2.1.2 <i>Brand ambassador</i>	16
2.2 Citra Merek	18
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Pemikiran	26
2.5 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Operasionalisasi Variabel	28
3.3 Skala Pengukuran	32
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi Penelitian	33
3.4.2 Sampel Penelitian	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	34

3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.7 Uji Normalitas.....	36
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.9 Analisis Deskriptif	37
3.10 Uji Koefisien Korelasi	38
3.11 Uji Regresi Linier Sederhana	38
3.12 R-square	39
3.13 Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Pengumpulan Data	40
4.1.1 Karakteristik Responden	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan.....	40
4.2 Uji Validitas	41
4.3 Uji Reliabilitas	42
4.4 Uji Normalitas.....	44
4.5 Hasil Analisis	46
4.5.1 Analisis Deskriptif	46
4.6 Uji Koefisien Korelasi	56
4.7 Uji Regresi Linier Sederhana	56
4.8 R-Square	58
4.9 Uji Hipotesis.....	59
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.10.1 Pengaruh ELM Terhadap Citra Merek	60
4.10.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Citra Merek.....	63
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Teoritis	68
5.2.2 Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74