

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Teoritis	6
1.5 Manfaat Praktis	6
1.6 Waktu dan Periode Pelaksanaan	6
1.7 Tahapan Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Branding.....	9
2.1.3 <i>Brand ambassador</i>	10
2.1.4 Indikator <i>Brand ambassador</i>	11
2.1.5 Brand Awareness	11
2.1.6 Indikator Brand Awareness.....	12
2.1.7 Media Baru.....	12
2.1.8 Media Sosial.....	13
2.1.9 Instagram.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	26
2.5 Ruang Lingkup dan Batasan	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	28
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	28

<u>3.2.1 Operasionalisasi Variabel</u>	28
<u>3.2.2 Skala Pengukuran</u>	31
<u>3.3 Populasi dan Sampel</u>	32
<u>3.3.1 Populasi</u>	32
<u>3.3.2 Sampel</u>	32
<u>3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian</u>	33
<u>3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas</u>	34
<u>3.5.1 Uji Validitas</u>	34
<u>3.5.2 Reliabilitas</u>	36
<u>3.6 Teknik Analisis Data</u>	37
<u>3.6.1 Analisis Deskriptif</u>	37
<u>3.7 Uji Asumsi Klasik</u>	38
<u>3.8 Regresi Linier Sederhana</u>	40
<u>3.8.1 Uji Parsial (t)</u>	40
<u>3.8.2 Koefisien Determinasi</u>	41
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN</u>	42
<u>4.1 Karakteristik Responden</u>	42
<u>4.1.1 Jenis Kelamin</u>	42
<u>4.1.2 Usia</u>	43
<u>4.1.3 Jenis Pekerjaan</u>	43
<u>4.2 Uji Validitas dan Relabilitas</u>	44
<u>4.2.1 Uji Validitas</u>	44
<u>4.2.2 Uji Reliabilitas</u>	48
<u>4.2.3 Analisis Deskriptif</u>	49
<u>4.2.4 Uji Asumsi Klasik</u>	50
<u>4.2.5 Regresi Linier Sederhana</u>	52
<u>4.2.6 Uji Parsial (t)</u>	53
<u>4.2.7 Koefisien Determinasi</u>	53
<u>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian</u>	54
<u>4.3.1 Variabel Brand ambassador</u>	55
<u>4.3.2 Variabel Brand awareness</u>	55
<u>4.3.3 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Awareness</u>	56
<u>BAB V KESIMPULAN</u>	57
<u>5.1 Kesimpulan</u>	57
<u>5.2 Saran</u>	57
<u>5.2.1 Saran Teoritis</u>	57
<u>5.2.2 Saran Praktis</u>	58
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	59