

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi.....	11
2.1.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi.....	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Iklan.....	14
2.1.3 Brand Ambassador	16
2.1.4 Brand Awareness	17
2.1.5 Korean Wave.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.2.1 Operasional Variabel	32
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37

3.4	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
3.5.1	Uji Validitas.....	39
3.5.2	Uji Reliabilitas	42
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	44
3.6.2	Method Successive Interval (MSI)	45
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.4	Analisis Korelasi	47
3.6.5	Koefisien Determinasi.....	49
3.6.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.6.7	Analisis Regresi Linier Berganda	50
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Pengumpulan Data	53
4.1.1	Screening Question	53
4.2	Karakteristik Responden	55
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	58
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Fenomena <i>Korean Wave</i>	58
4.3	Hasil Penelitian	62
4.3.1	Hasil Analisis deskriptif Variabel (X1) Iklan di Media Youtube	63
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X2) <i>Brand Ambassador</i>	70
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y) <i>Brand Awareness</i>	76
4.4	Analisis Data	80
4.4.1	Method of Successive Internal (MSI)	80
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	81
4.4.3	Analisis Korelasi	83
4.4.5	Uji Regresi Linier Sederhana	84
4.4.6	Uji Regresi Linier Berganda	88
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	91

4.5.1 Pengaruh Iklan Nacific di Media Youtube (X1) terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	91
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Stray Kids (X2) terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	92
4.5.3 Pengaruh Simultan Iklan dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	93
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Saran Teoritis.....	95
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	101