

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran umum objek penelitian	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.2 Nilai- nlai Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis	20
1.5.2 Kegunaan Praktis	20
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	20
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinajaun Pustaka	23
2.1.1 Komunikasi	23
2.1.2 Konsep Pemasaran	24
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.1.4 <i>Brand</i>	26
2.1.5 <i>Brand Ambassador</i>	29
2.1.6 <i>Brand Image</i> (citra merek).....	34
2.1.7 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	35
2.1.8 <i>Generasi Millennials</i>	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Penelitian	53
2.4 Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	55
3.2.1 Variabel Penelitian	55
3.2.2 Skala Pengukuran.....	58
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.3.1 Populasi	59
3.3.2 Sampel	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.4.1 Jenis Data	61
3.4.2 Pengumpulan Data	62
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.5.1 Uji Validitas	62
3.5.2 Uji Reliabilitas	65
3.6 Teknik Analisis Data.....	66
3.6.1 Analisis Data Deskriptif.....	66
3.6.2 Uji Methode successive Interval (MSI)	68
3.6.3 Uji Normalitas	69
3.6.4 Uji Regresi Linear Sederhana	69
3.6.5 Uji Korelasi	70
3.6.6 Uji Determinasi	71
3.6.7 Uji Hipotesis	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data	73
4.2 Karakteristik Responden	73
4.3 Hasil Penelitian	76
4.3.1 Hasil Analisis Variabel X.....	76
4.3.2 Hasil Analisis Variabel Y.....	88
4.3.3 Uji Normalitas	100
4.3.4 Analisis Korelasi	102
4.3.5 Uji Regresi Linear Sederhana	103
4.3.6 Koefisien Determinasi	104
4.3.7 Uji Hipotesis	104
4.4 Hasil Analisis dan Pembahasan	105
4.4.1 Brand Ambassador	106
4.4.2 Brand Image	108
4.4.3 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Shopee	110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	111

5.2.1	Saran bagi Perusahaan (Praktis)	111
5.2.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya (Akademis)	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		117