DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB 1 ..... **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian **1**
1.2 Latar Belakang **6**
1.3 Rumusan Masalah **15**
1.4 Tujuan Penelitian **16**
1.5 Manfaat Peneitian **16**
1.6 Waktu dan Periode Penelitian **18**
BAB II **19**
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN **19**
2.1 Tinjauan Pustaka **19**
2.1.1 Komunikasi Pemasaran **19**
2.1.2 *Co-Branding* **20**
2.1.3 *Brand Image* **23**
2.2 Peneliti Terdahulu **25**
2.3 Kerangka Pemikiran **33**
2.4 Hipotesis Penelitian **34**
BAB III **36**
METODE PENEITIAN **36**
3.1 Metode Penelitian **36**

3.1.1 Jenis Peneitian 36
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran 36
3.2.1 Operasionaisasi Variabel 36
3.2.2 Skala Pengukuran 38
3.3 Populasi dan Sampel 39
3.3.1 Populasi 39
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling 39
3.4 Instrumen Penelitian 41
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data 41
3.5 Sumber Data 42
3.5.1 Data Primer 42
3.5.2 Data Skunder 43
3.6 Uji Validitas dan Relabiitas 43
3.6.1 Uji Validitas 43
3.6.2 Uji Rediabilitas 44
3.6.3 Hasil Uji Validitas 45
3.7 Teknik Analisis Data 47
3.7.1 Analisis Deskriptif 47
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 49
3.8 Pegujian Hipotesis 51
3.8.1 Uji T 51
3.8.2 Koefisien Determinasi (R2) 51
BAB IV 53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Hasil Penelitian 53
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X (*Co-Branding* HaloDoc-GoJek) 53
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y (Brand Image GaloDoc) 65
4.1.3 Hasil Uji Normalitas 74
4.1.4 Hasil Analisis Hubungan 75
4.1.5 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Sederhana 76
4.1.6 Hasil Uji T (Uji Hipotesis) 77
4.1.6 hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2) 78

4.2 Pembahasan **79**
4.2.1 Variabel *Co-Branding* (X) **81**
4.2.2 Variabel Brand Image (Y) **83**
4.2.3 Pengaruh Co-Branding Terhadap Brand Image **85**
BAB V **88**
KESIMPULAN DAN SARAN **88**
5.1 Kesimpulan **88**
5.2 Saran **88**
5.2.1 Saran Akademis **88**
5.2.2 Saran Praktis **88**
DAFTAR PUSTAKA **90**
LAMPIRAN **96**