

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Profil Obyek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Endorser</i>	11
2.1.2.1 Atribut <i>Endorser</i>	12
2.1.2.2 Jenis <i>Endorser</i>	13
2.1.2.3 Peran <i>Endorser</i>	14
2.1.3 <i>Brand</i>	15
2.1.4 <i>Brand Image</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24

2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	26
3.3 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	26
3.3.1 Operasional Variabel.....	26
3.3.2 Skala Pengukuran.....	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	29
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.1 Data Primer.....	31
3.5.2 Data Sekunder.....	32
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.1 Uji Validitas.....	33
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.7.2 <i>Methods of Successive Interval</i>	38
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.4 Koefisien Determinasi.....	39
3.7.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
3.7.6 Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	45
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Endorser</i> Tasya Faras.....	46
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> Produk Safi.....	51
4.2.2 <i>Methods of Successive Internal</i> (MSI).....	53

4.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.1 Uji Normalitas.....	55
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi.....	56
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	58
4.4 Pembahasan.....	59
4.4.1 Pembahasan Deskriptif Variabel <i>Endorser</i> Tasya Farasya.....	59
4.4.2 Pembahasan Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> Produk Safi.....	62
4.4.3 Pengaruh <i>Endorser</i> Tasya Farasya Terhadap <i>Brand Image</i> Produk Safi....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Praktis.....	66
5.2.2 Saran Teoretis.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68