

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
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	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Special Event	13
2.1.2 Merek	17
2.1.3 Citra Merek.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.2.1 Operasional Variabel	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi Penelitian.....	36
3.3.2 Sampel Penelitian	36

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.5.1 Uji Validitas.....	38
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 Method of Successive Interval (MSI).....	44
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.4 Uji Analisis Korelasi.....	45
3.6.5 Analisis Inferensial.....	46
3.6.6 Koefisien Determinasi.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Domisili.....	50
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Whitelab karena Oh Sehun Terpilih menjadi Brand Ambassador.....	51
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Terpilihnya Oh Sehun menjadi Brand Ambassador Membuat Tertarik Menggunakan Whitelab.....	51
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X.....	52
4.2.1 Dimensi Uniqueness.....	52
4.2.2 Dimensi Perishability.....	53
4.2.3 Dimensi Intangibility.....	55
4.2.4 Dimensi Suasana dan Pelayanan.....	56
4.2.5 Dimensi Personal Interaction.....	58
4.2.6 Hasil Keseluruhan Kuesioner pada Variabel X.....	60
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y.....	60
4.3.1 Dimensi Corporate Image.....	61
4.3.2 Dimensi User Image.....	62
4.3.3 Dimensi Product Image.....	64
4.3.4 Hasil Keseluruhan Kuesioner pada Variabel Y.....	65
4.4 Uji Validitas.....	66
4.5 Uji Reliabilitas.....	68
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.6.1 Uji Normalitas.....	68
4.6.2 Uji Heterokedastisitas.....	70
4.7 Hasil Analisis Korelasi.....	71
4.8 Hasil Analisis Inferensial.....	71

4.8.1 Uji Hipotesis	71
4.8.2 Uji Regresi Linear Sederhana	73
4.9 Koefisien Determinasi	74
4.10 Pembahasan Penelitian	77
4.10.1 Variabel <i>Special Event</i> (X)	78
4.10.2 Variabel Citra Merek (Y).....	79
4.10.3 Pengaruh <i>Special Event</i> terhadap Citra Merek	80
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85