

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
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.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan pustaka.....	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 Pemasaran	13
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.4 <i>Endorser</i>	16
2.1.5 <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.1.6 Atribut Celebrity Endorser.....	17
2.1.7 Manfaat Celebrity Endorser.....	19
2.1.8 Merek	19
2.1.9 Kesadaran Merek	20

2.2	Penelitian terdahulu	20
2.2.1	Jurnal Nasional.....	20
2.2.2	Jurnal Internasional	23
2.3	Kerangka Pemikiran	28
2.4	Hipotesis Penelitian	29
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	29
BAB III	METODE PENELITIAN	30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	30
3.2.1	Variabel Operasional	30
3.2.2	Skala Pengukuran.....	34
3.3	Populasi dan Sample.....	35
3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sample.....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Data Primier	37
3.4.2	Data Sekunder.....	37
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.5.1	Uji Validitas	37
3.5.2	Uji Reliabilitas	40
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.6.1	Analisis Deskriptif	41
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Karakteristik Responden.....	46
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Brand Traffic Bun	46
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikut Fadil Jaidi	47
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel X Celebrity Endorser.....	49
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y Kesadaran Merek.....	57
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	69

4.3.1	Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X)	69
4.3.2	Kesadaran Merek (Y).....	71
4.3.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Fadil Jaidi Terhadap Kesadaran Merek Traffic Bun	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	74
5.2.1	Aspek Teoritis	74
5.2.2	Aspek Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		81