

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan.....	7
1.5 Waktu dan Periode	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Operasional.....	10
2.1.1 Kampanye.....	10
2.1.2 <i>Brand Positioning</i>	10
2.2 Rangkuman Teori.....	10
2.2.1 Kampanye.....	11
2.2.2 <i>Brand Positioning</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Penelitian.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	28
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.2.1 Operasional Variabel	30

3.2.2 Skala Pengukuran	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Data Primer.....	40
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas	41
3.5.1 Uji Validitas.....	41
3.5.2 Uji Reabilitas	44
3.6 Uji Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Deskriptif	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	48
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	48
3.6.7 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....	50
4.1 Pengumpulan data	50
4.2 Karakteristik Responden.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question.....	50
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3 Hasil Penelitian	53
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	54
4.3.1.1 Hasil Analisa Deskriptif Variabel X : Kampanye #MakeFetchHappen.....	54
4.3.1.2 Hasil Analisa Deskriptif Variabel Y : <i>Brand Positioning</i> MadForMakeup	58
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	63
4.4.1 Uji Normalitas	63
4.4.2 Uji Heteroskedasitas	63
4.4.3 Uji Regresi Linear Sederhana.....	64
4.4.4 Uji Koefisien Korelasi	65

4.4.5 Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.4.6 Uji Hipotesis.....	67
4.5 Pembahasan.....	69
4.5.1 Variabel Kampanye #MakeFetchHappen	69
4.5.2 Variabel <i>Brand Positioning</i> MadForMakeup.....	72
4.5.4 Pengaruh Kampanye #MakeFetchHappen Terhadap <i>Brand Positioning</i> MadForMakeup	75
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademis	82
5.2.2 Saran Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian	88
Lampiran 1. 2 Ithenticate	89
Lampiran 1. 3 Uji Validitas X Penelitian	90
Lampiran 1. 4 Uji Validitas Y Penelitian	93
Lampiran 1. 5 Uji Reabilitas X Penelitian.....	95
Lampiran 1. 6 Uji Reabilitas Y Penelitian.....	96
Lampiran 1. 7 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel X.....	97
Lampiran 1. 8 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Y	100