

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Komunikasi .....	13
2.1.2 Teori S-O-R.....	15
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.4 <i>Sales Promotion</i> .....	17
2.1.5 <i>Promosi Online</i> .....	18
2.1.6 <i>Indikator Sales Promotion</i> .....	18
2.1.7 <i>Celebrity Endorser</i> .....	20

2.1.8	Brand Image .....	22
2.2	Penelitian Terdahulu .....	23
2.2.1	Jurnal Nasional.....	23
2.2.2	Jurnal Internasional .....	25
2.3	Kerangka Pemikiran .....	28
2.4	Hipotesis Penelitian.....	28
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	29
2.5.1	Variabel Penelitian .....	29
BAB III .....		30
METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.2	Jenis Penelitian .....	30
3.2.1	Operasional Variabel .....	30
3.3	Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	39
3.3.3	Skala Pengukuran.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4.1	Data Primer .....	41
3.4.2	Data Sekunder .....	42
3.5	Uji Validitas dan Realitas .....	42
3.5.1	Uji Validitas.....	42
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	46
3.6.2	Method Successive Interval (MSI) .....	46
3.7	Uji Asumsi Klasik .....	47
3.7.1	Uji Normalitas.....	47
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas.....	48

3.7.3	Uji Multikolinearitas .....	48
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.9	Uji Koefisien Determinasi.....	49
3.10	Uji Hipotesis.....	49
3.10.1	Uji Parsial (T).....	49
3.10.2	Uji Simultan (F) .....	50
BAB IV	.....	51
4.1	Pengumpulan Data .....	51
4.2	Karakteristik Responden .....	51
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan usia .....	52
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan .....	52
4.3	Hasil Penelitian.....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	53
4.3.2	Method of Successive Interval (MSI) .....	66
4.3.3	Uji Asumsi Klasik .....	66
4.3.4	Analisis Regresi Berganda .....	70
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	71
4.3.6	Uji T .....	72
4.3.7	Uji F .....	73
4.4	Hasil Penelitian.....	73
4.4.1	Pembahasan Variabel <i>Online Sales Promotion</i> .....	74
4.4.2	Pembahasan Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	75
4.4.3	Pembahasan Variabel <i>Brand Image</i> .....	76
4.4.4	Pembahasan Pengaruh <i>Online Sales Promotion</i> dan <i>Celebrity Endorser</i> Nagita Slavina terhadap <i>Brand Image</i> Toko Mama Gigi.....	77
BAB V	.....	79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
5.2.1	Saran Teoritis.....	79

5.2.2 Saran Praktis .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>