

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Aspek Teoritis.....	13
1.4.2 Aspek Praktis	13
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	13
1.6 Sistematika Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Stimulus-Organism-Respons (SOR)	16
2.1.2 Brand Ambassador.....	17

2.1.3 Brand Image.....	20
2.2 Hubungan Antara Variabel.....	21
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.1 Jurnal Nasional	22
2.3.2 Jurnal Internasional.....	24
2.4 Kerangka Penelitian	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	32
3.2.2 Skala Pengukuran	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data Primer	42
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.5.1 Uji Validitas.....	43
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Analisis Deskriptif	48
3.6.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	49

3.6.3 Uji Normalitas.....	50
3.6.4 Uji Heterokedastisitas	50
3.6.5 Uji Hipotesis	51
3.6.6 Analisis Korelasi Pearson Product Moment	51
3.6.7 Analisis Regresi Linear Sederhana	52
3.6.8 Uji Koefisien Determinasi	53
BAB IV PEMBAHASAN.....	54
4.1 Pengumpulan Data	54
4.2 Karakteristik Responden	54
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	56
4.3 Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 Analisis Deskriptif	59
4.3.2 Method of Succesive Interval (MSI)	80
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.3.4 Uji Hipotesis	82
4.3.5 Uji Regresi Linear Sederhana	88
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi	90
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.4.1 Pengaruh Brand Ambassador Maarten Paes Terhadap Brand Image MS Glow For Men.....	92
4.4.2 Besaran Pengaruh Brand Ambassador Maarten Paes Terhadap Brand Image MS Glow For Men.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99

5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis	100
5.2.2 Saran Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	108