

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pesan Iklan	8
2.2 Kredibilitas Celebrity Endorser.....	10
2.3 <i>Brand Image</i>	15
2.4 <i>Brand awareness</i>	17
2.5 Hubungan Antar Variabel	20
2.5.1 Pengaruh pesan iklan terhadap brand image.....	20

2.5.2	Pengaruh kredibilitas celebrity endorser terhadap brand image.....	21
2.5.3	Pengaruh pesan iklan terhadap brand awareness	22
2.5.4	Pengaruh kredibilitas celebrity endorser terhadap brand awareness	24
2.5.5	Pengaruh brand image terhadap brand awareness	25
2.6	Model Empirik Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.3	Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	30
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.4.1	Variabel penelitian	31
3.4.2	Definisi operasional variabel.....	31
3.5	Metode Analisis Data	33
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	33
3.5.2	Analisis Kuantitatif	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	39
4.1.1	Gambaran Umum Responden	39
4.1.2	Uji Instrumen	42
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel	45

4.2	Analisis Kuantitatif	51
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.2.2	Metode Path Analisis	54
4.2.2.1	Persamaan regresi	54
4.2.2.2	Pengujian hipotesis	56
4.2.2.3	Uji kebaikan model.....	62
4.3	Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76
5.3	Keterbatasan penelitian	77
5.4	Agenda penelitian mendatang	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		