

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Merek (<i>Brand</i>).....	11
2.1.2 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	15
2.1.3 Slogan.....	18
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	20
2.1.5 Pengaruh antar variabel.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
3.1.1 Variabel Penelitian	29

3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2	Populasi dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel.....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1	Data Primer	33
3.3.2	Data Sekunder	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1	Kuesioner	34
3.4.2	Studi Pustaka.....	35
3.5	Metode Analisis Data	35
3.5.1	Uji Instrumen Data.....	35
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3	Regresi Linier Berganda	38
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	41
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2	Antangin JRG.....	42
4.2	Deskripsi Data Responden	42
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas	43
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	44
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
4.3	Analisis Deskripsi Variabel.....	46
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Slogan	47
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Ambassaor</i>	51
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i>	55
4.4	Uji Instrumen Pengumpulan Data	58
4.4.1	Uji Validitas	58
4.4.2	Uji Reabilitas.....	59
4.5	Uji Asumsi Klasik	60

4.5.1	Uji Normalitas	60
4.5.1.1	Analisis Grafik	60
4.5.2	Uji Multikolinieritas	62
4.5.3	Uji Heteroskedestisitas	63
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4.7	Uji Hipotesis	66
4.7.1	Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.7.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	67
4.7.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	68
4.8	Pembahasan	69
4.8.1	Pengaruh Variabel Slogan terhadap <i>Brand Awareness</i>	69
4.8.2	Pengaruh Variabel <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	71
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Keterbatasan Penelitian	76
5.3	Saran	76
5.3.1	Implikasi Teoritis	76
5.3.2	Implikasi Kebijakan	78
5.3.2	Saran Bagi Penelitian Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		85