

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi .....	ii
Halaman Pengesahan Tesis .....	iii
Abstraksi .....	iv
Abstract .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Motto dan Persembahan.....	viii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1     Latar Belakang Masalah .....	1
1.2     Perumusan Masalah .....	8
1.3     Tujuan Penelitian .....	9
1.4     Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1     Kegunaan Teoritis .....	9
1.4.2     Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB II    TELAAH PUSTAKA, IDENTIFIKASI KEBIJAKAN, DAN             PENGEMBANGAN MODEL</b>	
2.1     Telaah Pustaka .....	11
2.1.1     Brand Awareness .....	11
2.1.2     Kredibilitas Endorser Iklan .....	12

2.1.3	Efektifitas Pesan Iklan .....	15
2.1.4	Kekhasan Jingle Iklan .....	17
2.1.5	Efektifitas Bahasa Iklan .....	19
2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
2.3	Hipotesis Penelitian .....	23
2.4	Identifikasi Kebijakan Pemasaran .....	28
2.4.1	Kredibilitas Endorser .....	28
2.4.2	Efektifitas Pesan Iklan .....	30
2.4.3	Kekhasan Jingle Iklan .....	32
2.4.4	Efektifitas Bahasa Iklan .....	33
2.4.5	Brand Awareness .....	35
2.5	Kerangka Pikir .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Populasi dan Sampel .....	38
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	41
3.2.1	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	44
3.5	Analisis Data .....	45
3.5.1	Uji Instrumen .....	45
3.5.2	Analisis Deskriptif .....	46
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	48
3.5.4	Uji Regresi .....	50

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	52
4.1.1	Gambaran Umum Responden .....	52
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
4.2.1	Variabel Kredibilitas Endorser.....	56
4.2.2	Variabel Efektifitas Pesan.....	58
4.2.3	Variabel Kekhasan Jingle Iklan .....	59
4.2.4	Variabel Efektifitas Bahasa Iklan.....	61
4.2.5	Variabel Brand Awareness.....	62
4.3	Analisis Deskriptif .....	64
4.3.1	Angka Indeks Tanggapan Responden Per Variabel.....	64
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas Endorser .....	66
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Efektifitas Pesan Iklan .....	68
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Kekhasan Jingle Iklan .....	70
4.3.5	Analisis Deskriptif Variabel Efektifitas Bahasa Iklan ....	71
4.3.6	Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness .....	74
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1	Uji Normalitas.....	76
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	80
4.5	Uji Regresi Berganda.....	81
4.5.1	Uji Kelayakan Model .....	81
4.5.1.1	Uji F .....	81
4.5.2	Koefisien Determinasi.....	81

4.5.3	Uji Hipotesis.....	83
4.5.3.1	Pengujian Hipotesis Pertama .....	85
4.5.3.2	Pengujian Hipotesis Kedua.....	86
4.5.3.3	Pengujian Hipotesis Ketiga.....	86
4.5.3.4	Pengujian Hipotesis Keempat.....	87
4.6	Pembahasan .....	87
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1	Kesimpulan .....	91
5.1.1	Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Awareness .....	92
5.1.2	Pengaruh Efektifitas Pesan Iklan Terhadap Brand Awareness .....	92
5.1.3	Pengaruh Kekhasan Jingle Iklan Terhadap Brand Awareness .....	92
5.1.4	Pengaruh Efektifitas Bahasa Iklan Terhadap Brand Awareness .....	93
5.2	Implikasi Manajerial .....	97
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	101
5.4	Agenda Penelitian Mendatang .....	101

## DAFTAR PUSTAKA