

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
BAB I PENDAHULUAN	
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
BAB II TELAAH PUSTAKA, IDENTIFIKASI KEBIJAKAN, DAN PENGEMBANGAN MODEL	
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
BAB III	METODE PENELITIAN	
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