

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Kajian Teori .....	13
1. Periklanan .....	13
a. Fungsi Iklan .....	14
b. Tujuan Iklan .....	15
c. Media Iklan .....	16
d. Media Televisi .....	18
e. <i>Jingle</i> .....	20
f. <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
g. Warna .....	24
2. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	25
a. Manfaat Merek .....	25
b. Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	27
c. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	28
C. Model Penelitian .....	33
D. Hipotesis .....	34
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi Penelitian .....	36
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Definisi Konseptual .....	38
E. Definisi Operasional .....	41
F. Sumber Data .....	43
1. Data Primer .....	43

2. Data Sekunder .....	43
G. Teknik Pengumpulan Data .....	43
1. Kuesioner .....	43
2. Riset Kepustakaan .....	44
H. Skala Pengukuran .....	44
I. Pengujian Instrumen .....	45
1. Uji Validitas .....	45
2. Uji Reliabilitas .....	46
J. Analisis Data .....	47
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	47
2. Uji Asumsi Klasik .....	47
a. Uji Normalitas .....	48
b. Uji Heteroskedastisitas .....	49
c. Uji Autokorelasi .....	49
d. Uji Multikolinearitas .....	50
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
4. Uji Hipotesis .....	51
a. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	51
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	52
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	54
B. Analisis Statistik Deskriptif .....	58
1. Deskripsi Umum Responden .....	58
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
b. Responden Berdasarkan Usia .....	60
c. Responden Berdasarkan Fakultas .....	61
d. Responden Berdasarkan Durasi Menonton Televisi Per Hari ....	62
e. Responden Berdasarkan Frekuensi Menyaksikan Iklan Honda “ <i>One Heart</i> ” .....	63
2. Distribusi Jawaban Responden .....	63
a. Variabel <i>Jingle</i> .....	64
b. Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	65
c. Variabel Warna .....	67
d. Variabel Kesadaran Merek .....	69
C. Analisis Statistik Inferensial .....	70
1. Uji Asumsi Klasik .....	70
a. Uji Normalitas .....	70
b. Uji Heteroskedastisitas .....	72
c. Uji Autokorelasi .....	73
d. Uji Multikolinearitas .....	74
2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	75
3. Uji Hipotesis .....	77
a. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	77
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	79
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80

D. Pembahasan .....	81
1. Pengaruh <i>Jingle</i> Terhadap Kesadaran Merek .....	81
2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Kesadaran Merek .....	82
3. Pengaruh Warna Terhadap Kesadaran Merek .....	83
4. Pengaruh <i>Jingle</i> , <i>Celebrity Endorser</i> , dan Warna Secara Simultan Terhadap Kesadaran Merek .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	