

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademik.....	9
1.5.2. Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	11
2.2 Landasan Konsep	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.1 Merek	14
2.2.2 Duta Merek.....	15
2.2.3 Kesadaran Merek	17
2.2.4 Citra merek.....	17
2.2.5 Kepercayaan Merek	18
2.3 Studi Penelitian Terdahulu.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian.....	29
3.4 Definisi Operasional.....	30

3.4.1 Variabel Bebas (Independen).....	30
3.4.2 Variabel Terikat (Dependen).....	30
3.4.3 Variabel Antara (Intervening).....	31
3.5 Pengukuran Variabel.....	37
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.6.1 Lokasi.....	37
3.6.2 Waktu	38
3.7 Populasi dan Sampel	39
3.7.1 Populasi.....	39
3.7.2 Sampel.....	39
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.8.1 Sumber Data.....	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	42
3.9.1 Mean Score dan Overall Mean Score.....	42
3.9.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	43
3.9.1.1 Uji Validitas	43
3.9.1.2 Uji Realibilitas	44
3.9.2 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	45
3.10. Evaluasi Kualitas dan Kecocokan Model	45
3.10.1. <i>R Square</i>	45
3.10.2. <i>Q Square</i>	45
3.11. Uji Hipotesis	46
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Oronamin c.....	48
4.1.2 Vincent dan Desta Sebagai Duta Merek	50
4.3 Hasil Pengujian	52
4.3.1 Profil Responden.....	52
4.3.2 Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	54
4.3.3 Hasil Perhitungan <i>Overall Mean Score</i>	56
4.3.4 Hasil Analisis Data.....	70
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran.....	86
5.2.1 Saran Akademis	86
5.2.2 Saran Praktis	87
 DAFTAR PUSTAKA.....	88
RIWAYAT HIDUP PENULIS	93

LAMPIRAN

