

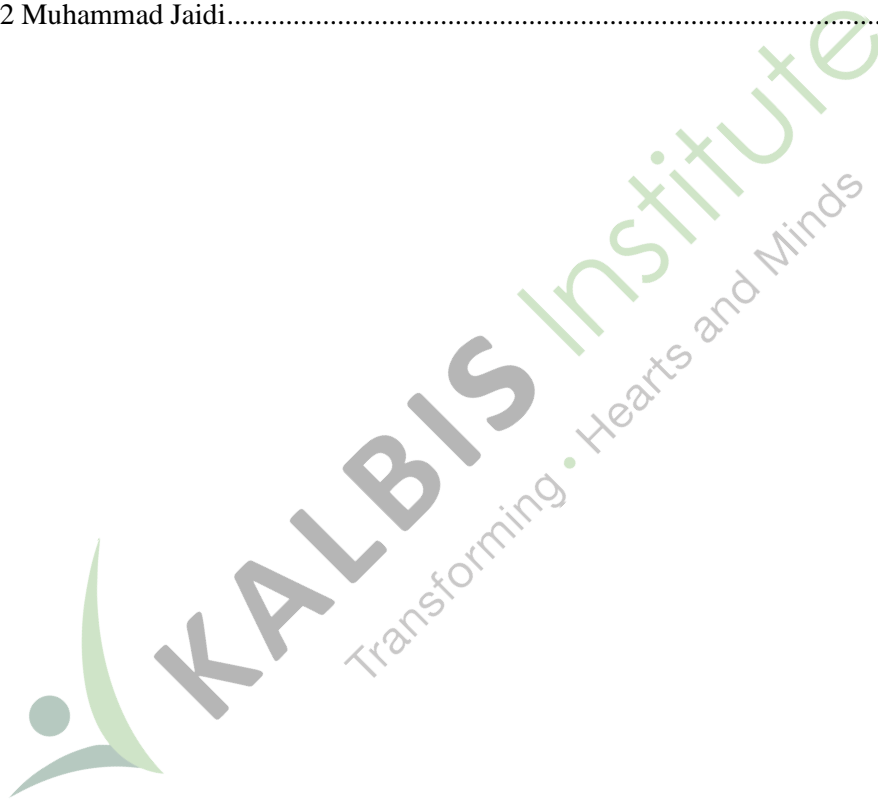
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB 2 TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Landsan Konsep	13
2.1.1 Model VisCAP.....	13
2.1.2 Brand.....	15
2.1.3 Brand Identify	18
2.1.4 Brand Ambassador.....	19
2.1.5 Brand Image.....	20
2.2 Studi Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hipotesis Penelitian	37
2.4 Kerangka Pemikiran	37
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Pendekatan Penelitian.....	39
3.3 Metode Penelitian	40
3.4 Definisi Operasional	41

3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.5.1 Lokasi Penelitian	43
3.5.2 Waktu Penelitian	43
3.6 Teknik Pemilihan Populasi dan Sampel	44
3.6.1 Populasi.....	44
3.6.2 Sampel.....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7.1 Skala Likert.....	48
3.8 Teknik Analisis Data	49
3.8.1 Uji Koefisien Relasi	49
3.8.2 Uji Regresi Linear Sederhana	49
3.8.3 Uji T	50
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.9.2 Uji Validitas	51
3.9.3 Uji Reliabilitas	52
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Subjek / Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Kopi Lain Hati	54
4.1.2 Gambaran Umum Muhammad Jaidi.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Pre Test.....	56
4.2.2 Main Test	62
4.2.3 Hasil Analisis Data.....	79
4.3 Hipotesis Penelitian.....	83
4.4 Pembahasan.....	83
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Akademis.....	87
5.2.2 Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
RIWAYAT HIDUP	92
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konsumsi Kopi Berdasarkan ICO	3
Gambar 1. 2 Logo Kopi Lain Hati	4
Gambar 1. 3 Marketing Manager Kopi Lain Hati, Deo Cardi	5
Gambar 1. 4 Deo Cardi dan Ririn Ekawati	6
Gambar 1. 5 Perkenalan Pak Muh Sebagai Brand Ambassador Kopi Lain Hati	8
Gambar 1. 6 Billboard Pengenalan Muhammad Jaidi	9
Gambar 4. 1 Kopi Lain Hati	54
Gambar 4. 2 Muhammad Jaidi.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 VisCAP Model	13
Tabel 2. 2 Hubungan Variabel X -> Variabel Y.....	38
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional.....	42
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian.....	43
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	48
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X).....	56
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Brand Image (Y).....	59
Tabel 4. 3 Variabel X	61
Tabel 4. 4 Variabel Y	62
Tabel 4. 5 Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 4. 6 Usia Responden	63
Tabel 4. 7 Pendidikan Terakhir Responden.....	64
Tabel 4. 8 Pekerjaan Responden.....	65
Tabel 4. 9 Wilayah Kecamatan.....	66
Tabel 4. 10 Muhammad Jaidi merupakan Brand Ambassador Kopi Lain Hati	67
Tabel 4. 11 Muhammad Jaidi memiliki cukup banyak penggemar atau pengikut.....	68
Tabel 4. 12 Muhammad Jaidi sering muncul di atau tampil di berbagai media.....	69
Tabel 4. 13 Muhammad Jaidi memiliki ketertarikan terhadap Kopi	69
Tabel 4. 14 Muhammad Jaidi merupakan influencer yang dapat dipercaya.....	70
Tabel 4. 15 Muhammad Jaidi merupakan seorang influencer	70
Tabel 4. 16 Kepribadian Muhammad Jaidi yang lucu merupakan.....	71
Tabel 4. 17 Tingkah laku yang dimiliki oleh Muhammad Jaidi	72
Tabel 4. 18 Muhammad Jaidi merupakan sosok yang pantas untuk dijadikan	72
Tabel 4. 19 Muhammad Jaidi merupakan sosok influencer yang perilakunya	73
Tabel 4. 20 Pemilihan Muhammad Jaidi sebagai Brand Ambassador	73
Tabel 4. 21 Kopi Lain Hati merupakan Kedai Kopi yang banyak dikenal orang.....	74
Tabel 4. 22 Nama Kopi Lain Hati mudah diingat.....	75
Tabel 4. 23 Logo Kopi Lain Hati sangat unik dan kreatif	75
Tabel 4. 24 Kopi Lain Hati memiliki lebih dari 1 brand ambassador	76
Tabel 4. 25 #PindahKeLainHati merupakan slogan dari Kopi Lain Hati	76
Tabel 4. 26 Bentuk Logo Kopi Lain Hati sangat unik.....	77
Tabel 4. 27 Kopi Lain Hati memiliki banyak varian menu	77
Tabel 4. 28 Harga menu Kopi Lain Hati lebih terjangkau.....	78

Tabel 4. 29 Rasa dan Kualitas produk Kopi Lain Hati sangatlah baik	78
Tabel 4. 30 Uji Korelasi.....	79
Tabel 4. 31 Tingkatan Hubungan	80
Tabel 4. 32 Uji Regresi Linier Sederhana	81
Tabel 4. 33 Besaran Pengaruh Variabel X.....	82
Tabel 4. 34 T Tabel.....	82
Tabel 4. 35 Hasil Uji – T	83



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	L1
LAMPIRAN B.....	L9
LAMPIRAN C.....	L18
LAMPIRAN D	L27
LAMPIRAN E.....	L30
LAMPIRAN F.....	L32
LAMPIRAN G	L33
LAMPIRAN H	L34
LAMPIRAN I.....	L35
LAMPIRAN J.....	L36

