

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Pengembangan Ilmu Penelitian	10
1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan	11
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Promosi	13
2.1.1.1 Pengertian Bauran Promosi.....	13
2.1.2 Pengertian Iklan	15
2.1.2.1 Fungsi Iklan.....	16

2.1.2.2 Tujuan Iklan	16
2.1.2.3 Prinsip Iklan yang baik.....	18
2.1.3 Selebriti Pendukung (<i>Celebrity Endorser</i>).....	19
2.1.3.1 Pengertian Selebriti Pendukung	20
2.1.3.2 Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	21
2.1.4 Pengertian <i>Tagline</i>	25
2.1.4.1 Indikator <i>Tagline</i>	26
2.1.5 Pengertian Citra Merek	27
2.1.5.1 Dimensi Citra Merek.....	29
2.1.5.2 Manfaat Citra Merek.....	31
2.1.6 Pengertian Kepuasan konsumen	32
2.1.6.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan.....	33
2.1.6.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	34
2.1.7 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis	46
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.1.1 Sejarah Perusahaan	47
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	50
3.1.3 Logo Brodo <i>Footwear</i>	50
3.1.4 Struktur Organisasi.....	51
3.2 Metode Penelitian.....	53
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	53

3.2.2 Teknik Pengumpulan data	55
3.2.2.1 Jenis Data	55
3.2.2.2 Sumber Data	56
3.2.3 Populasi dan Sampel	56
3.2.3.1 Populasi	56
3.2.3.2 Sampel	57
3.3 Model Penelitian	58
3.4 Teknik Analisis Data.....	59
3.4.1 Uji Alat Pengumpulan Data	59
3.4.2 Analisis Terhadap Kuesioner	60
3.4.3 Metode <i>Succesive Interval</i>	62
3.4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	63
3.4.5 Pengujian Hipotesis.....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Selebriti Pendukung pada Produk Sepatu Brodo.....	67
4.2 <i>Tagline</i> pada Produk Sepatu Brodo	72
4.3 Citra Merek pada Produk Sepatu Brodo.....	77
4.4 Kepuasan Konsumen pada Produk Sepatu Brodo	81
4.5 Pengaruh Secara Simultan dan Parsial Selebriti Pendukung, <i>Tagline</i> dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Sepatu Brodo	86
4.5.1 Pengaruh Secara Simultan Selebriti Pendukung, <i>Tagline</i> dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Sepatu Brodo.....	86
4.5.2 Pengaruh Secara Parsial Selebriti Pendukung terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Sepatu Brodo	90
4.5.3 Pengaruh Secara Parsial <i>Tagline</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Sepatu Brodo	91

4.5.4 Pengaruh Secara Parsial Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Sepatu Brodo	92
--	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA	98
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Lima Komponen dalam TEARS model dari Endorser	24
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 3.2	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif	61
Tabel 3.3	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif	61
Tabel 3.4	Formula Untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian	64
Tabel 4.1	Nilai Jenjang Interval	68
Tabel 4.2	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Selebriti Pendukung pada Sepatu Brodo	69
Tabel 4.3	Nilai Jenjang Interval	71
Tabel 4.1	Nilai Jenjang Interval	68
Tabel 4.2	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Selebriti Pendukung pada Sepatu Brodo	69
Tabel 4.3	Nilai Jenjang Interval	
Tabel 4.4	Nilai Jenjang Interval	73
Tabel 4.5	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Tagline</i> pada Sepatu Brodo	74
Tabel 4.6	Nilai Jenjang Interval	76
Tabel 4.7	Nilai Jenjang Interval	78
Tabel 4.8	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Citra Merek pada Sepatu Brodo	78
Tabel 4.9	Nilai Jenjang Interval	81
Tabel 4.10	Nilai Jenjang Interval	82
Tabel 4.11	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Kepuasan Konsumen pada Sepatu Brodo	83
Tabel 4.12	Nilai Jenjang Interval	85

Tabel 4.13 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X1, X2 dan X3 terhadap Y	87
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Brodo <i>Footwear</i>	51
Gambar 3.2	Struktur Organisasi.....	52
Gambar 3.3	Model penelitian	58
Gambar 4.1	Koefisien Jalur Struktur Hubungan Antara Variabel X1, X2, X3, dan Y	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jadwal Penelitian.....	101
Lampiran 2	Kuesioner	102
Lampiran 3	Data Kuesioner.....	105
Lampiran 4	Data MSI.....	109
Lampiran 5	Data SPSS	113
Lampiran 6	Selebriti Pendukung	115