

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB I TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP 11	
A. TINJAUAN PUSTAKA	11
1. Komunikasi Pemasaran	11
2. Periklanan	15
3. <i>Brand Image</i>	20
4. <i>New Media</i>	22
5. <i>Youtube</i>	24
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Hipotesis	30
D. Kerangka Konsep	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Tempat dan Waktu Penelitian	32
B. Pendekatan Penelitian	32
C. Metode Penelitian	32
D. Operasional Variabel	33
E. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36
1. Data Primer	36
2. Data Sekunder	38
G. Teknik Analisa Data	38

H. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
I. Uji Hipotesis	41
J. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
K. Hasil Uji Reliabilitas	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” di <i>Youtube</i>	44
2. Visi dan Misi	47
3. Logo Perusahaan	47
4. Deskripsi Data Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” di <i>Youtube</i>	48
B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	51
1. Identitas Responden	52
2. Pernyataan Variabel X (Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” di <i>Youtube</i>)	52
3. Pernyataan Variabel Y (Brand Image).....	74
4. Uji Regresi Linier Sederhana	83
5. Uji Hipotesis	86
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
Lampiran