

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR BAGAN | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 7 |
| 1.5 Sistematika Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Komunikasi | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Komunikasi..... | 10 |
| 2.1.2 Elemen Komunikasi..... | 12 |
| 2.1.3 Komunikasi Pemasaran..... | 14 |
| 2.2 Periklanan | 16 |
| 2.2.1 Pengertian Periklanan | 16 |
| 2.2.2 Fungsi Periklanan..... | 18 |
| 2.3 Media Massa | 21 |
| 2.4 Televisi Sebagai Media Periklanan..... | 26 |
| 2.5 Aspek-aspek Dalam Iklan Televisi | 28 |
| 2.6 Kredibilitas <i>Endorser</i> | 30 |
| 2.6.1 Kredibilitas..... | 31 |
| 2.6.2 <i>Endorser</i> | 34 |
| 2.7 <i>Brand Image</i> Produk | 37 |
| 2.7.1 <i>Image</i> (Citra)..... | 41 |
| 2.7.2 <i>Brand</i> | 41 |
| 2.7.3 Sumber-sumber Asosiasi <i>Brand</i> | 43 |
| 2.8 Hubungan Kredibilitas <i>Endorser</i> Dengan <i>Brand Image</i> | 45 |
| 2.9 Operasional Variabel | 47 |
| 2.10 Kerangka Pemikiran..... | 51 |
| 2.11 Hipotesis | 52 |

| | |
|---|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 53 |
| 3.1 Desain Penelitian | 53 |
| 3.2 Sumber Data..... | 55 |
| 3.2.1 Populasi..... | 55 |
| 3.2.2 Sampel..... | 57 |
| 3.3 Bahan Penelitian | 58 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 58 |
| 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur | 60 |
| 3.4.1 Uji Validitas | 60 |
| 3.4.2 Uji Reliabilitas | 62 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 68 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 69 |
| 4.1 Subjek Penelitian | 69 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan PT. Java Prima Abadi | 69 |
| 4.1.2 Profil Produk Luwak White Koffie | 70 |
| 4.1.3 Iklan Luwak White Koffie Versi Lee Minho | 72 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 75 |
| 4.2.1 Profil Responden..... | 75 |
| 4.2.2 Variabel X (Kredibilitas <i>Endorser</i> Iklan TVC Luwak White Koffie | 78 |
| 4.2.3 Variabel Y (Brand Image Produk Luwak White Koffie | 86 |
| 4.3 Pembahasan..... | 96 |
| | |
| BAB V PENUTUP | 101 |
| 5.1 Kesimpulan | 101 |
| 5.2 Saran | 103 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran – 1 : Kuesioner

Lampiran – 2 : Tabel Induk

Lampiran – 3 : Tabel Hasil Test-Retest

Lampiran – 4 : Storyboard TVC Luwak White Koffie Versi “Lee Minho”

Lampiran – 5 : Absensi Bimbingan

Lampiran – 6 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR BAGAN

| | |
|-----------------------------|----|
| 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 51 |
|-----------------------------|----|

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

DAFTAR TABEL

| | | |
|------|---|----|
| 2.1 | Operasional Variabel | 50 |
| 3.1 | Jumlah Anggota Korean Club..... | 56 |
| 3.2 | Pengambilan Responden..... | 58 |
| 3.3 | Hasil Perhitungan Test-Retest..... | 66 |
| 4.1 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 75 |
| 4.2 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 76 |
| 4.3 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia | 77 |
| 4.4 | Lee Minho Memiliki Pengetahuan Dalam Menyampaikan Informasi Produk.. | 78 |
| 4.5 | Lee Minho Memiliki Pengalaman Yang Berkaitan Dengan Produk | 79 |
| 4.6 | Lee Minho Memiliki Keterampilan Dalam Menyampaikan Pesan Iklan | 80 |
| 4.7 | Lee Minho Mampu Menarik Rasa Percaya Diri Konsumen..... | 81 |
| 4.8 | Lee Minho Mengkomunikasikan Pesan Iklan Dengan Jujur | 82 |
| 4.9 | Lee Minho Mampu Mempertahankan Image Yang Baik Sebagai Endorser | 83 |
| 4.10 | Integritas Yang Dimiliki Lee Minho Membuat Dirinya Disukai Oleh Masyarakat Lokal Maupun Internasional..... | 84 |
| 4.11 | Kesimpulan Variabel Kredibilitas <i>Endorser</i> | 85 |
| 4.12 | Luwak White Koffie Memiliki Keunikan Nama Merek Luwak Yaitu Nama Hewan dan Mudah Diingat | 86 |
| 4.13 | Luwak White Koffie Memiliki Varian Rasa Yaitu Vanilla, Caramel, dan Mocca Rose | 87 |
| 4.14 | Luwak White Koffie Diperuntukkan Bagi Segala Usia Kecuali Balita..... | 88 |
| 4.15 | Luwak White Koffie Adalah Brand Kopi Putih Pertama Di Indonesia..... | 89 |

| | | |
|------|--|----|
| 4.16 | Luwak White Koffie Dapat Menjadi Trend Baru Dikalangan Penikmat Kopi..... | 90 |
| 4.17 | Luwak White Koffie Menjadikan Konsumen Percaya Diri Saat Meminumnya Karena Bersaing Dengan Merek Luar Negeri..... | 91 |
| 4.18 | Luwak White Koffie Menjadikan Penikmat Kopi Kekinian dan Puas..... | 92 |
| 4.19 | Luwak White Koffie Mengasosiasikan Keunikan Dari Segi Desain dan Warna Kemasan..... | 93 |
| 4.20 | Kesimpulan Variabel <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Produk..... | 94 |
| 4.21 | Hubungan Variabel Kredibilitas Endorser (X) dengan Variabel Brand Image (Y) | 95 |