

Abstrak.....	i
Daftar Isi.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. LATAR BELAKANG.....	2
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.2 PENGERTIAN BRAND.....	7
2.3 BRAND AMBASSADOR.....	8
2.4 KARAKTERISTIK BRAND AMBASSADOR.....	9
2.5 BRAND IMAGE.....	12
2.6 PROSES PEMBENTUKAN BRAND IMAGE.....	13
2.7 HUBUNGAN <i>BRAND AMBASSADOR</i> DENGAN <i>BRAND IMAGE</i>	14
2.8 KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.9 DEFINISI KONSEPTUAL.....	15
2.10 DEFINISI OPERASIONAL.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 DESAIN PENELITIAN.....	18
3.2 POPULASI DAN SAMPEL.....	18
3.3 BAHAN PENELITIAN DAN UNIT ANALISIS.....	19
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	19
3.5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	20
3.6 VALIDITAS DAN REABILITAS ALAT UKUR.....	24
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA.....	27
3.8 PRESENTASE RESPONDEN.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN.....	29
4.2 DATA RESPONDEN.....	30

4.3 HASIL BUTIR PERNYATAAN.....31

4.4 HASIL NILAI MEAN.....42

BAB V PEMBAHASAN

BAB VI PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA