

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

|                             |   |             |
|-----------------------------|---|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....        |   | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> ..... |   | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....     |   | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   |   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  |   | <b>ix</b>   |
| <br>                        |   |             |
| <b>BAB I</b>                | <b>PENDAHULUAN</b>                              |             |
| 1.1                         | Latar Belakang Masalah .....                    | 1           |
| 1.2                         | Rumusan Masalah.....                            | 7           |
| 1.3                         | Tujuan Penelitian .....                         | 7           |
| 1.4                         | Manfaat Penelitian .....                        | 8           |
| 1.5                         | Sistematika Penulisan .....                     | 8           |
| <br>                        |   |             |
| <b>BAB II</b>               | <b>TELAAH PUSTAKA</b>                           |             |
| 2.1                         | Manajemen Pemasaran .....                       | 10          |
| 2.2                         | Bauran Pemasaran.....                           | 11          |
| 2.3                         | Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....    | 14          |
| 2.4                         | Iklan .....                                     | 16          |
|                             | 2.4.1 Pengertian Iklan .....                    | 16          |
|                             | 2.4.2 Iklan Yang Efektif .....                  | 16          |
| 2.5                         | <i>Celebrity Endorse</i> .....                  | 18          |
|                             | 2.5.1 Pengertian <i>Celebrity Endorse</i> ..... | 18          |
|                             | 2.5.2 Peran <i>Celebrity Endorse</i> .....      | 19          |
|                             | 2.5.3 Indikator <i>Celebrity Endorse</i> .....  | 20          |
| 2.6                         | <i>Tagline</i> .....                            | 21          |
|                             | 2.6.1 Pengertian <i>Tagline</i> .....           | 21          |
|                             | 2.6.2 Fungsi <i>Tagline</i> .....               | 22          |
|                             | 2.6.3 Indikator <i>Tagline</i> .....            | 23          |
|                             | 2.6.4 <i>Tagline</i> yang Efektif .....         | 24          |
| 2.7                         | <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....  | 25          |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

|   |    |
|---|----|
| 2.7.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....                         | 25 |
| 2.7.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....                          | 25 |
| 2.7.3 Indikator <i>Brand Awareness</i> .....                          | 27 |
| 2.8 Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> | 28 |
| 2.9 Pengaruh <i>Tagline</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....     | 29 |
| 2.10 Pandangan Islam .....  | 29 |
| 2.11 Penelitian Terdahulu .....                                       | 31 |
| 2.12 Variabel Penelitian.....   | 33 |
| 2.13 Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....                    | 33 |
| 2.14 Kerangka Pemikiran .....   | 34 |
| 2.15 Hipotesis Penelitian .....                                       | 35 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                                      |    |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                 | 36 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data.....  | 36 |
| 3.2.1 Data Primer .....   | 36 |
| 3.2.2 Data Sekunder.....  | 37 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data.....                                      | 37 |
| 3.4 Populasi dan Sampel.....  | 38 |
| 3.4.1 Populasi .....  | 38 |
| 3.4.2 Sampel.....   | 38 |
| 3.5 Metode Analisis Data.....   | 39 |
| 3.6 Teknik Skala Pengukuran .....                                     | 39 |
| 3.7 Uji Kualitas Data .....   | 40 |
| 3.7.1 Uji Validitas .....   | 40 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas .....  | 41 |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik.....  | 41 |
| 3.8.1 Uji Normalitas Data .....                                       | 42 |
| 3.8.2 Uji Multikolinieritas .....                                     | 42 |
| 3.8.3 Uji Otokorelasi .....   | 42 |
| 3.9 Uji Regresi Berganda.....   | 44 |
| 3.10 Uji Hipotesis .....  | 44 |



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

|  |    |
|--|----|
| 3.10.1 Uji Secara Simultan (Uji F) .....         | 45 |
| 3.10.2 Uji Secara Parsial (Uji T) .....          | 45 |
| 3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....     | 46 |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>           |    |
| 4.1 Sejarah Berdirinya P&G .....                 | 47 |
| 4.2 Visi, Misi dan Kekuatan Inti Perusahaan..... | 51 |
| 4.3 Penghargaan- penghargaan .....               | 53 |
| <b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                |    |
| 5.1 Karakteristik Responden.....                 | 56 |
| 5.2 Deskripsi Variabel .....                     | 57 |
| 5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....       | 63 |
| 5.4 Uji Normalitas Data.....                     | 65 |
| 5.5 Uji Asumsi Klasik .....                      | 67 |
| 5.6 Analisis Data Penelitian.....                | 71 |
| 5.7 Pembahasan .....                             | 77 |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>               |    |
| 6.1 Kesimpulan .....                             | 80 |
| 6.2 Saran .....                                  | 81 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                            |    |