



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 meugikan 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

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.3 Bauran Promosi (promosion Mix)	17
2.4 Iklan.....	20
2.5 <i>Celebrity Endorser</i> (Bintang Iklan).....	22
2.6 <i>Brand Awareness</i> (Kesaaran Merek)	25
2.7 Pandangan Islam Tentang Penelitian	27
2.8 Hubungan antar variabel	28
2.9 Penelitian Terdahulu	28
2.10 Variabel Penelitian	31
2.11 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	31
2.12 Kerangka Pemikiran	32
2.13 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35



3.4	Populasi dan Sampel	36
3.5	Metode Analisis Data	37
3.6	Uji Kualitas Data.....	38
3.7	Uji Normalitas.....	39
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.9	Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.10	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	44
4.1	Geografis Desa Seminai	44
4.2	Demografi Desa Seminai	45
4.3	Visi dan Misi Desa Seminai	46
4.4	Struktur Organisasi Desa Seminai.....	47
4.5	Uraian Tugas Pokok dan Fungsi.....	48
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
5.1	Identitas Responden.....	54
5.1.1	Usia Responden	54
5.1.2	Jenis Kelamin Responden.....	55
5.1.3	Pekerjaan Responden.....	55
5.2	Deskripsi Variabel	56
5.2.1	Analisis <i>Celebrity Endorser</i>	56
5.2.2	Analisis <i>Brand Awareness</i>	58
5.3	Uji Validitas.....	60
5.4	Uji Reliabilitas.....	61
5.5	Uji Normalitas	62
5.6	Uji Asumsi Klasik	64
5.6.1	Uji Autokorelasi	65
5.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	65
5.6.3	Uji Multikolinieritas.....	66
5.7	Uji Regresi Linier Sederhana	67
5.8	Uji Hipotesis	69
5.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	69
5.8.2	Uji Koefisien Determinan (R^2).....	70



UIN SUSKA RIAU

- 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 mengujikan 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.

5.9	Pembahasan	71
BAB VI	PENUTUP	73
6.1	Kesimpulan	73
6.2	Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN