

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Kontribusi Penelitian.....	5
1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	6
1.7.1 Model Penelitian.....	6
1.7.2 Objek Penelitian.....	6
1.7.3 Lokasi Penelitian.....	7
1.7.4 Waktu Penelitian.....	7
1.7.5 Batasan Penelitian.....	7

1.8 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	9
2.1.2 <i>Memetic</i>	10
2.1.3 Meme	10
2.1.4 Kejelasan Pesan	11
2.1.5 Humor	12
2.1.6 Intensitas Emosional.....	13
2.1.7 Interaksi Merek.....	14
2.1.8 Citra Merek.....	14
2.2 Tinjauan Pustaka	15
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.3.1 Pengaruh Kejelasan Pesan pada Citra Merek	17
2.3.2 Pengaruh Humor pada Citra Merek.....	18
2.3.3 Pengaruh Intensitas Emosional pada Citra Merek.....	18
2.3.4 Pengaruh Interaksi Merek pada Citra Merek.....	19
2.4 Desain Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian.....	21

3.2 Definisi Operasional.....	21
3.2.1 Kejelasan Pesan	21
3.2.2 Humor	22
3.2.3 Intensitas Emosional.....	23
3.2.4 Interaksi Merek	24
3.2.5 Citra Merek.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.3.3 Jumlah Sampel.....	27
3.3.4 Skala Pengukuran	27
3.4 Instrumen Penelitian.....	28
3.5 Objek Penelitian	28
3.6 Teknik Pengumpulan data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.1.1 Uji Validitas Isi	30
3.7.1.2 Uji Validitas Konstruk	31
3.7.1.2.1 Uji Validitas Konvergen	31
3.7.1.2.2 Uji Validitas Deskriminan	31

3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.7.3 Uji Multikolinieritas	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Pengumpulan Data	33
4.2 Profil Responden	33
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	34
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
4.3.1 Uji Validitas.....	35
4.3.2 Uji Reliabilitas	36
4.4 Analisis Deskriptif Variabel	37
4.5 Uji Multikolinearitas	39
4.6 Uji Hipotesis.....	40
4.6.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Kejelasan Pesan pada Citra Merek	42
4.6.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Humor pada Citra Merek.....	43
4.6.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Intensitas Emosional pada Citra Merek	43
4.6.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Interaksi Merek pada Citra Merek.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	46
5.1 Simpulan.....	46

5.2 Implikasi Manajerial.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	54
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	59
Lampiran 3 Uji Multikolinearitas	61
Lampiran 4 Statistik Deskriptif	61
Lampiran 5 Uji F dan Uji T	62