

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 Iklan dan Dukungan Selebritas	11
2.1.3 Penjualan dan Omset Penjualan	14
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	15
2.3 Perumusan Hipotesis	16
2.4 Model Penelitian	17
BAB III METODA PENELITIAN	18

3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Metoda Pengumpulan Data	21
3.3 Instrumen Penelitian	21
3.4 Metoda Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Deskripsi Data	24
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian	24
4.1.2 Analisis Deskriptif	26
4.2 Uji Akurasi Instrumen	28
4.2.1 Uji Normalitas Data	28
4.3 Pengujian Hipotesis	29
4.4 Diskusi dan Pembahasan	31
BAB V SIMPULAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Implikasi	35
5.3 Keterbatasan	36
5.4 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Cabang Rumah Makan Selat Vien's Solo (RMSV)	24
Tabel 4.2 Jumlah Dukungan Selebritas di Rumah Makan Selat Vien's Solo ..	26
Tabel 4.3 <i>Average Abnormal Return (AAR)</i> Selebritas 1-4	27
Tabel 4.4 Uji Normalitas <i>Saphiro Wilk Test</i>	29
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Paired t-Test</i>	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	17
Gambar 3.1 <i>Event Window</i>	20
Gambar 4.1 <i>Average Abnormal Return (AAR)</i> Selebritas 1-4	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai Omset Penjualan Rumah Makan Selat Vien's Solo	40
Lampiran 2 Nilai Abnormal Return	41
Lampiran 3 Statistik Deskriptif	42
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas <i>Shapiro Wilk Test</i>	43
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Paired T-Test</i>	44