

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Ruang Lingkup Pemasaran .....	11
2.1.1 <i>Marketing Mix</i> .....	13
2.1.2 Konsep <i>Entertainment Marketing</i> .....	17
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	21
2.1.3.1 Pengertian merek.....	21
2.1.3.2 Pengertian Citra.....	28
2.1.3.3 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
2.3 Hipotesis.....	39
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	40
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	40
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	42

3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
2.3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	47
3.2.4.1 Populasi.....	47
3.2.4.2 Sampel.....	48
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	49
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.2.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	51
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas .....	52
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis.....	58
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Perusahaan .....	61
4.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.3 Analisis Karakteristik dan Pengalaman Responden XL bebas....	69
4.3.1 Karakteristik Responden.....	70
4.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan.....	72
4.4 Gambaran Variabel Penelitian .....	76
4.4.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Entertainment Marketing</i> <i>XL Bebas</i> .....	77
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> XL Bebas .	84
4.4.3 Rekapitulasi Gambaran Variabel Hasil Tanggapan Responden.....	89
4.4.4 Gambaran <i>Entertainment Marketing</i> .....	89
4.4.5 Gambaran <i>Brand Image</i> .....	90
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian Variabel X dan Y .....	90
4.5.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>Entertainment Marketing</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	90
4.5.2 Analisis Korelasi .....	91
4.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	91
4.5.4 Koefisien Determinasi.....	92
4.6 Pembahasan.....	93

**BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1 Kesimpulan ..... 96

5.2 Rekomendasi ..... 97

**DAFTAR PUSTAKA** ..... 99

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

