

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi.....	16
2.1.3 Tinjauan Konteks Organisasi	25
2.1.4 Tinjauan Tentang Humas	28
2.2 Tinjauan Tentang Pemasaran.....	34
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	34
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	40
2.3 Tinjauan Tentang Sponsorship.....	44
2.4 Tinjauan tentang Brand Awareness.....	48
2.4.1 Tingkatan Kesadaran Merek.....	51
2.5 Profil Elevenia	54
2.6 Profil tentang Viking Unikom.....	58
2.7 Kerangka Teoritis	60

Alur Pikir Peneliti	63
2.8 Hipotesis.....	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1 Desain Penelitian	66
3.2 Populasi dan Sampel.....	69
3.2.1 Populasi.....	69
3.2.2 Sampel.....	70
3.3.1 Studi Pustaka.....	71
3.3.2 Studi Lapangan	72
3.4 Operasional Variabel.....	73
3.5 Teknik Analisa Data	77
3.5.1 Uji Validitas.....	81
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	83
3.5.3 Uji Statistik Penelitian.....	85
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	87
3.6.1 Lokasi Penelitian	87
3.6.2 Waktu Penelitian.....	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	90
4.1 Hasil Penelitian.....	90
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	90
4.1.2 Sejarah Perusahaan Elevenia	90
4.1.3 Karakteristik Responden	91
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	93
4.2 Hasil Penelitian.....	94
4.2.1 Uji Validitas	104
4.2.2 Uji Reliabilitas	106
4.2.3 Uji Linearitas.....	107
4.2.4 Uji Normalitas	108
4.2.5 Uji Heteroskedastisitas	109
4.3 Analisis Regresi Sederhana	109
4.4 Hipotesis.....	111
4.4.1 Uji t.....	111
4.4.2 Uji F.....	112
4.4.3 Koefisien Determinan (R^2)	113
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....	116
5.1 Kesimpulan.....	116

5.2.1 Saran untuk Perusahaan	116
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	116