

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGATAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTA TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	13
1. Bauran Pemasaran.....	13
2. Celebrity Endorser.....	14
3. Social Media.....	18
4. Content YouTube.....	20
5. Brand Awareness.....	23
6. Purchase Intention.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	30

C. Hubungan Antar Variabel.....	34
D. Kerangka Konseptual.....	41
E. Hipotesis Penelitian.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	44
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	44
C. Populasi.....	45
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	45
E. Jenis Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	48
G. Definisi Operasional Variabel.....	49
H. Skala Pengukuran Variabel.....	55
I. Uji Instrumen Penelitian.....	57
J. Teknik Analisis Data.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	68
B. Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN