

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.5.1 Manfaat Akademis	22
1.5.2 Manfaat Praktis	22
1.6 Sistematika Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Kerangka Teoritis.....	25
2.1.1 Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM)	25
2.1.2 <i>Public Relations</i>	27
2.1.3 Teori Situasional	28
2.1.4 Kampanye	31
2.1.5 <i>Brand Image</i>	40
2.1.6 Media Sosial Instagram.....	42
2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Metode Penelitian	46
3.2 Sumber Data & Pengumpulan Data	47
3.3 Unit Analisis	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	50
3.4 Operasionalisasi Variabel	51

3.5	Validitas & Reliabilitas.....	60
3.5.1	Uji Validitas.....	60
3.5.2	Uji Reliabilitas	63
3.6	Teknik Analisis Data.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Hasil Penelitian	67
4.1.1	Karakteristik Responden.....	68
4.1.2	Deskripsi Data Variabel.....	71
4.2	Statistik Deskriptif	103
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel X.....	103
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Y.....	105
4.3	Hasil Pengolahan Data	108
4.3.1	Uji Normalitas.....	108
4.3.2	Uji Linieritas	112
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	112
4.3.4	Analisis Regresi	113
4.4	Uji Hipotesis	116
4.5	Pembahasan.....	119
BAB V PENUTUP.....		139
5.1	Kesimpulan	139
5.2	Limitasi & Saran	140
5.2.1	Saran Akademis	140
5.2.2	Saran Praktis	140
BAB VI DAFTAR PUSTAKA.....		142
LAMPIRAN.....		A-1
Lampiran A		A-1
Lampiran B.....		B-1
Curriculum Vitae		B-36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Estimasi Nilai Pasar Minuman Teh di Asia Tenggara 2023	2
Gambar 1. 2 Chatime	3
Gambar 1. 3 5 Brand Minuman Kekinian Favorit di Indonesia 2022.....	4
Gambar 1. 4 Proyeksi Timbulan Sampah Plastik di Indonesia.....	5
Gambar 1. 5 Kampanye #BYOT di Instagram Chatime pada 2019	7
Gambar 1. 6 Kampanye #BYOT di Instagram Chatime pada 2022	7
Gambar 1. 7 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia Februari 2022	8
Gambar 1. 8 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia Januari 2023	8
Gambar 1. 9 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia Januari 2024.....	9
Gambar 1. 10 Pengguna Instagram di Indonesia Oktober 2024	9
Gambar 1. 11 Pernyataan General Manager Marketing F&B ID	11
Gambar 1. 12 Promo #BYOT di Beberapa Outlet F&B di Indonesia	14
Gambar 1. 13 Kampanye #BYOT 22 September 2022.....	17
Gambar 1. 14 Kampanye #BYOT 25 September 2022.....	17
Gambar 1. 15 Kampanye #BYOT 26 September 2022.....	18
Gambar 1. 16 Kampanye #BYOT 22 April 2023	18
Gambar 1. 17 Kampanye #BYOT 15 Mei 2023	19
Gambar 1. 18 Kampanye #BYOT 8 Juni 2023	19
Gambar 1. 19 Kampanye #BYOT 25 September 2023.....	20
Gambar 2. 1 Logo Instagram	42
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 3. 1 Pengaturan Akun Instagram @chatimeindo	49
Gambar 3. 2 Validitas Pearson Product Moment.....	61
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Histogram	110
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Probability Plot.....	111
Gambar 4. 3 Pie Chart Persentase Pengaruh Pesan Kampanye #BYOT	130
Gambar 4. 4 Model Kemungkinan Elaborasi.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3. 2 Pernyataan Skala Likert	59
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kuesioner dengan SPSS.....	62
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel Pesan Kampanye #BYOT (X)	64
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (Y)	64
Tabel 4. 1 Pertanyaan Screening.....	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden (Usia).....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden (Pekerjaan).....	70
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden (Domisili)	71
Tabel 4. 6 Pernyataan Variabel X1	72
Tabel 4. 7 Pernyataan Variabel X2	73
Tabel 4. 8 Pernyataan Variabel X3	74
Tabel 4. 9 Pernyataan Variabel X4	75
Tabel 4. 10 Pernyataan Variabel X5	77
Tabel 4. 11 Pernyataan Variabel X6	78
Tabel 4. 12 Pernyataan Variabel X7	79
Tabel 4. 13 Pernyataan Variabel X8	80
Tabel 4. 14 Pernyataan Variabel X9	81
Tabel 4. 15 Pernyataan Variabel X10	82
Tabel 4. 16 Pernyataan Variabel X11	83
Tabel 4. 17 Pernyataan Variabel X12	84
Tabel 4. 18 Pernyataan Variabel X13	85
Tabel 4. 19 Pernyataan Variabel X14	86
Tabel 4. 20 Pernyataan Variabel X15	87
Tabel 4. 21 Pernyataan Variabel Y1	88
Tabel 4. 22 Pernyataan Variabel Y2	89
Tabel 4. 23 Pernyataan Variabel Y3	90
Tabel 4. 24 Pernyataan Variabel Y4	91
Tabel 4. 25 Pernyataan Variabel Y5	92
Tabel 4. 26 Pernyataan Variabel Y6	93
Tabel 4. 27 Pernyataan Variabel Y7	94
Tabel 4. 28 Pernyataan Variabel Y8	95
Tabel 4. 29 Pernyataan Variabel Y9	96
Tabel 4. 30 Pernyataan Variabel Y10	97
Tabel 4. 31 Pernyataan Variabel Y11	98
Tabel 4. 32 Pernyataan Variabel Y12	99
Tabel 4. 33 Pernyataan Variabel Y13	100
Tabel 4. 34 Pernyataan Variabel Y14	101
Tabel 4. 35 Pernyataan Variabel Y15	102
Tabel 4. 36 Statistik Deskriptif Variabel X.....	103
Tabel 4. 37 Statistik Deskriptif Variabel Y	105
Tabel 4. 38 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	108

Tabel 4. 39 Uji Linieritas	112
Tabel 4. 40 Uji Heteroskedastisitas.....	113
Tabel 4. 41 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	114
Tabel 4. 42 Koefisien Korelasi	115
Tabel 4. 43 Koefisien Determinasi.....	116
Tabel 4. 44 Hasil Uji T.....	117
Tabel 4. 45 Hasil Uji F.....	118



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A- 1 Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A-1
Lampiran B- 1 Kuesioner Penelitian.....	B-1
Lampiran B- 2 Hasil Output Pengolahan Data	B-11
Lampiran B- 3 Hasil Cek Turnitin	B-21

