DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR BAGAN, DIAGRAMDAN GRAFIK xiv
BAB I : PENDAHULUAN
Latar Belakang Masalah 1
Rumusan Masalah 6
Tujuan Penelitian 7
Manfaat Penelitian 7
Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 8
Definisi Operasional
1. Image Brand
   a. Image 10
   b. Brand 11
   c. Image Brand 13
2. Gaya Komunikasi Remaja
   a. Gaya 16
   b. Komunikasi 17
   c. Remaja 19
   d. Gaya Komunikasi Remaja 21
3. Korelasi antara Image Brand Royal Plaza dengan Gaya Komunikasi Remaja di Royal Plaza 25

A. Kerangka Teori dan Hipotesis
1. Kerangka Teori 28

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Hipotesis Penelitian 31
B. Metode Penelitian
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 31
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian 33
3. Teknik Sampling 33
4. Variabel dan Indikator Penelitian 35
5. Teknik Pengumpulan Data 36
6. Teknik Analisa Data 37
7. Sistematika Pembahasan 39

BAB 2: KAJIAN TEORI

A. Tinjauan tentang Brand Image Mall
1. Pengertian Citra Merek (Image Brand) 40
2. Citra Merek dengan fungsinya dalam Dunia Pasar 44
3. Faktor yang terbentuk dalam Citra Merek..... 47
4. Image Brand / Citra yang diberikan Konsumen 49
B. Tinjauan tentang Gaya Komunikasi Remaja
1. Pengertian Gaya Komunikasi 54
2. Memahami makna gaya komunikasi.....55
3. Pengertian Remaja 60
4. Perkembangan remaja di lingkungan 63
C. Kajian Teori Image Brand Mall dengan
Gaya Komunikasi Remaja 72

BAB 3: HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian
1. Gambaran umum Mall Royal Plaza Surabaya 73
2. Letak Bangunan Royal Plaza 75
3. Tata Letak Ruang Royal Plaza 76
B. Deskripsi Data Image Brand Royal Plaza Surabaya 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Deskripsi Data Gaya Komunikasi Remaja
Di Royal Plaza Surabaya
1. Tingkat Pengunjung Remaja 96
2. Nama Responden Pengunjung Remaja
di Royal Plaza Surabaya 100
3. Hasil Data tentang Image Brand Royal Plaza dengan
Gaya Komunikasi Remaja di Royal Plaza Surabaya 104
BAB 4: ANALISIS DATA
A. Analisis Data Regresi
1. Analisis Data Korelasi Regresi Image Brand Royal Plaza
Dengan Gaya Komunikasi Remaja..... 110
a. Mencari Nilai persamaan Regresi 114
b. Menghitung rata – rata X 115
c. Menghitung rata – rata Y 115
d. Menghitung Koefisien Korelasi Product Moment 116
e. Uji t 117
f. Menguji kesalahan korelasi linear atau non linear
(F hitung dan F tabel) 118
2. Menghitung Tingkat Koefisien Korelasi
a. Koefisien Korelasi Product Moment 120
b. Hasil Penelitian 120
BAB 5: PENUTUP
A. Simpulan 122
B. Rekomendasi 122
DAFTAR PUSTAKA 124
BIODATA PENULIS..... 126
LAMPIRAN – LAMPIRAN 128

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id