

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Nilai-Nilai Perusahaan.....	2
1.1.3 Produk dan Layanan Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2. Kegunaan Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	12
2.1.2 Konsep Pemasaran	13
2.1.3 Strategi Pemasaran	14

2.1.4	Bauran Pemasaran	14
2.1.5	<i>Brand</i> (Merek).....	16
2.1.6	<i>Brand Ambassador</i>	18
2.1.7	Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	19
2.1.8	<i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
2.1.9	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>Brand Image</i>	23
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	38
BAB III		39
METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	39
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	39
3.2.2	Skala Pengukuran.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1	Data Sekunder	45
3.4.2	Data Sekunder	45
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.5.1	Uji Validitas	46
3.5.2	Uji Reliabilitas	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1	Analisis Deskriptif	49
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	51
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	52

3.7.1	Uji Normalitas	53
3.7.2	Uji Multikolinearitas	53
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	53
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.9	Uji Hipotesis	55
3.9.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	55
3.9.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	56
3.9.3	Koefisien Determinasi	57
BAB IV		59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Pengumpulan Data	59
4.2	Karakteristik Responden	59
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	62
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	63
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Shopee dalam Bulan	64
4.3	Analisis Deskriptif	64
4.3.1	Analisis Deskriptif terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i>	65
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	75
4.4	Method of Successive Interval (MSI)	78
4.5	Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1	Uji Normalitas Data	78
4.5.2	Uji Multikolineritas	80
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	81
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.7	Uji Hipotesis	84
4.7.1	Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)	84
4.7.2	Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	85

4.8 Koefisien Determinasi.....	89
4.9 Pembahasan hasil penelitian	90
4.9.1 Variabel Brand Ambassador	90
4.9.2 Variabel Brand Image	92
4.9.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X) terhadap <i>Brand Image</i> (Y).....	93
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran bagi perusahaan.....	96
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	105