

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Profil Produk Penelitian.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoretis.....	15
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	15
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.2 Iklan.....	18
2.1.3 Kredibilitas Merek.....	19
2.1.4 Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.1.5 Minat Beli.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	40
3.2.1 Operasional Variabel.....	40

3.3 Skala Pengukuran.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Teknik Sampling.....	47
3.5.1 Data Primer.....	47
3.5.2 Data Sekunder.....	48
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7 Analisis Data.....	52
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.7.2 Uji <i>Method Successive Interval</i> (MSI).....	54
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	56
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi.....	57
3.7.6 Uji Hipotesis.....	58
3.7.6.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	58
3.7.6.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	62
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	62
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kredibilitas Merek (X2).....	66
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli (Y).....	68
4.3 Transformasi Data <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	69
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.1 Uji Normalitas.....	70
4.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	70
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	71
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72

4.6 Koefisien Determinasi.....	73
4.7 Uji Hipotesis.....	74
4.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	74
4.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	75
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.9.1 Variabel Kredibilitas Brand Ambassador (X1).....	77
4.9.1.1 Sub Variabel <i>Attractiveness</i> .....	77
4.9.1.2 Sub Variabel <i>Trustworthiness</i> .....	78
4.9.1.3 Sub Variabel <i>Expertise</i> .....	78
4.9.2 Variabel Kredibilitas Merek (X2).....	79
4.9.2.1 Sub Variabel <i>Trustworthiness</i> .....	80
4.9.2.2 Sub Variabel <i>Expertise</i> .....	80
4.9.3 Variabel Minat Beli (Y).....	79
4.9.4 Pengaruh Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Iqbaal Ramadhan dan Kredibilitas Merek terhadap Minat Beli Aplikasi Ruangguru.....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Teoritis.....	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>94</b>