DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ..... **ii**

DAFTAR TABEL ..... **iii**

DAFTAR GAMBAR ..... **iv**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.2 Latar Belakang Penelitian 5
1.3 Identifikasi Masalah 12
1.4 Tujuan Penelitian 12
1.5 Kegunaan Penelitian 12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **14**

2.1 Tinjauan Pustaka 14
2.1.1 Pengertian Pemasaran 14
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 15
2.1.3 Brand (Merek) 16
2.1.4 Brand Ambassador 17
2.1.5 Dimensi Brand Ambassador 18
2.1.6 Minat Beli 19
2.1.7 Dimensi Minat Beli 20
2.2 Penelitian Terdahulu 22
2.3 Kerangka Pemikiran 37
2.4 Hipotesis Penelitian 38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian 39

BAB III METODE PENELITIAN **40**

3.1 Jenis Penelitian 40
3.2 Operasionalisasi Variabel Dan Skala Pengukuran 41

3.2.1 Operasionalisasi Variabel 41
3.2.2 Skala Pengukuran 44
3.3 Tahapan Penelitian 45
3.4 Populasi Dan Sampel 47
3.4.1 Populasi 47
3.4.2 Sampel 47
3.5 Teknik Pengumpulan Data 49
3.5.1 Data Primer 49
3.5.2 Data Sekunder 49
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas 49
3.6.1 Uji Validitas 49
3.6.2 Uji Reliabilitas 51
3.7 Teknik Analisis Data 52
3.7.1 Analisis Deskriptif 52
3.7.2 Metode Succesive Interval (MSI) 54
3.7.3 Uji Asumsi Klasik 55
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda 56
3.7.5 Uji Hipotesis 57
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi 58

DAFTAR PUSTAKA 60

LAMPIRAN