

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Produk dan Layanan	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Identifikasi Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	14
1.5.2 Kegunaan Praktis	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.3 Brand.....	17
2.1.4 Brand ambassador.....	17
2.1.4 Brand image	19
2.1.5 Kualitas Produk.....	20
2.1.6 Minat Beli	22
2.1.7 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	37

2.4 Hipotesis Penelitian	40
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	41
3.2.1 Variabel Operasional	41
3.2.2 Skala Pengukuran	47
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	49
3.4.3 Teknik Sampling.....	51
3.5 Pengumpulan Data	51
3.5.1 Data Primer	51
3.5.2 Data Sekunder.....	52
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Validitas & Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	58
3.7.1 Analisis Deskriptif	58
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	62
3.8 Pengujian Hipotesis	63
3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	63
3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	64
3.8.3 Koefisien Destermisasi.....	65
BAB IV HASIL ANALISIS PEMBAHASAN	67
4.1 Pengumpulan Data	67
4.2 Karakteristik Responden	67
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	68
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Bulanan Untuk Belanja Skincare	70
4.3 Hasil Penelitian.....	70
4.3.1 Analisis Deskriptif	71
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.3.4 Uji Hipotesis	88
4.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	93
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.4.1 Variabel Brand Ambassador	95

4.4.2 Variabel <i>Brand Image</i>	96
4.4.3 Variabel Kualitas Produk.....	96
4.4.4 Variabel Minat Beli	97
4.4.5 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli secara parsial.....	98
4.4.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli secara parsial.....	98
4.4.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli secara parsial.....	98
4.4.8 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , <i>Brand Image</i> , dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli secara simultan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
5.2.1 Bagi Perusahaan Everwhite	101
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	109