

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Erigo.....	1
1.1.2 Logo Erigo .....	1
1.1.3 Tampilan Erigo Dalam Marketplace.....	1
1.1.4 Produk Erigo .....	3
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.5.3 Waktu dan Periode Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Rangkuman Teori .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	11

2.1.3 Brand Ambassador.....	21
2.1.4 Brand Image.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.2.1 Penelitian Skripsi Terdahulu.....	25
2.2.2 Penelitian Jurnal Nasional Terdahulu.....	30
2.2.3 Penelitian Jurnal Internasional Terdahulu.....	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran.....	44
3.2.1 Operasional Variabel.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran.....	48
3.3 Populasi dan Sampel.....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Data Primer.....	50
3.4.2 Data Sekunder.....	50
3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	50
3.5.1 Uji Validitas.....	50
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.6.2 Method Of Succesive Interval (MSI).....	53
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	53

3.7.1 Uji Normalitas .....	54
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.8.3 Koefisien Korelasi.....	54
3.8.4 Koefisien Determinasi.....	55
3.8.5 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	56
3.8.6 UJI T .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.1.1 Gambaran Umum Responden .....	58
4.2 Pembahasan Penelitian .....	60
4.2.1 Pembahasan pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan Keputusan Pembelian .	60
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
4.2.4 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	75
4.2.5 Uji Simultan (Uji F) .....	76
4.2.6 Analisis Koefisien Korelasi.....	76
4.2.7 Koefisien Determinasi.....	77
4.3 Pembahasan .....	78
4.3.1 Gambaran <i>Brand Ambassador</i> Arief Muhammad Di Kalangan <i>Followers</i> Erigo.....	78
4.3.2 Gambaran Keputusan Pembelian Di Kalangan <i>Followers</i> Erigo.....	79
4.3.3 Pengaruh Brand Ambassador Arief Muhammad Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalangan Followers Erigo.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>