

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran umum objek penelitian	1
1.1.1 Profil MS GLOW	1
1.1.2 Profil Produk MS GLOW	2
1.1.3 Penghargaan Yang Diterima Oleh MS GLOW.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Masalah.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian	18
1.6 Waktu dan periode penelitian	19
1.7 Sistematis penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Rangkuman Teori	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran	20
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.2 Brand Ambassador	21
2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	21
2.2.2 Peranan <i>Brand Ambassador</i>	22

2.2.3 Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	23
2.2.4 Hubungan antara <i>brand ambassador</i> terhadap Minat Beli	24
2.3 Brand Image	25
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	25
2.3.2 variabel pendukung brand image	26
2.3.3 Dimensi Brand Image	27
2.3.4 Hubungan antara brand image terhadap minat beli.....	28
2.4 Minat Beli	29
2.4.1 Pengertian Minat Beli	29
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	30
2.4.3 Dimensi Minat Beli	30
2.5 Penelitian terdahulu.....	31
2.6 Kerangka pemikiran	40
2.7 Hipotesis.....	42
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis penelitian.....	44
3.2 Variabel Operasional.....	45
3.3 Tahapan penelitian	51
3.4 Populasi dan sampel	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Sampel.....	52
3.5 Teknik pengumpulan data.....	54
3.5.1 Data primer	54
3.5.2 Data sekunder	54
3.6 Uji validitas dan reabilitas	55
3.6.1 Uji Validitas	55

3.6.2 Realiabilitas	58
3.7 Deskriptif Statistik	59
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	61
3.8.2 Uji Normalitas	62
3.8.3 Uji Heteroskedastitas	62
3.8.4 Uji multikolinearitas	63
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.10 Pengujian Hipotesis	64
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	64
3.10.2 Uji Simultan (Uji f)	65
3.11 Analisis Koefisien Determinasi	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Karakteristik responden	67
4.1.1 Jenis Kelamin	68
4.1.2 Usia	68
4.1.3 Pekerjaan	69
4.1.4 Pendapatan	69
4.2 Teknik Analisis Deskriptif	70
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	75
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	79
4.4 Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1 Uji Normalitas	82
4.4.2 Uji Multikolinearitas	83
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	84
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	86
4.5 Uji Hipotesis	88
4.5.1 Uji T (Parsial)	88

4.5.2	Uji F (Anova).....	89
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi.....	90
4.6	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	91
BAB V KESIMPULAN		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.....		101