

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.1.4 Produk Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.3 Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Brand	13
2.1.5 Brand Ambassador	13
2.1.6 Periklanan.....	15

2.1.7 Daya Tarik Iklan.....	16
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Skripsi Terdahulu.....	20
2.2.2 Jurnal Nasional Terdahulu	25
2.2.3 Jurnal Internasional	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
2.5.1 Variabel Penelitian.....	37
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	37
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Variabel Operasional.....	38
3.3 Skala Pengukuran.....	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel.....	42
3.4.3 Teknik Sampling	44
3.4.4 Data Primer	44
3.4.5 Data Sekunder	44
3.5 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	45
3.5.1 Uji Validitas	45
3.5.2 Uji Realibilitas.....	47
3.5.3 Statistik Deskriptif.....	49
3.5.4 Method of Succesive Interval.....	50
3.5.5 Uji Asumsi Klasik	51
3.5.6 Analisis Regresi Linear Ganda.....	52
3.5.7 Uji Hipotesis.....	53
3.5.8 Uji Koefisien Determinasi.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
4.1 Pengumpulan Data	55

4.2 Karakteristik Responden	55
4.3 Hasil Penelitian	58
4.3.1 Statistik Deskriptif	58
4.3.2 Method of Succesive Internal	66
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.4 Analisis Regresi Linear Ganda.....	70
4.3.5 Uji Hipotesis	71
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi	74
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.4.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian	75
4.4.2 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.3 Pengaruh Brand Ambassador dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Praktis.....	78
5.2.2 Saran Teoritis	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82