

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Produk Pedusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.2 Brand Ambassador	10
2.1.3 Citra Merk	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Penelitian.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	22

2.5.1	Variabel dan Sub-Variabel Penelitian	22
2.5.2	Subjek Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Operasionalitas Variabel dan Skala Pengukuran.....	24
3.4.1	Operasionalitas Variabel	24
3.4.2	Skala Pengukuran	26
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1	Data yang Diperlukan.....	28
3.4.2	Sumber Data	28
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	29
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.5.1	Uji Validitas	29
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	32
3.6.2	<i>Methods Succesive Internal</i> (MSI)	33
3.6.3	<i>Partial Least Square</i>	34
3.6.3.2	<i>Inner Model</i> (Model Struktural)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN		38
4.1.1	Apakah Saat Ini Anda Berada Pada Rentang Usia 16-30 Tahun	38
4.1.2	Apakah Anda Pernah Mengonsumsi Mi Instan Merk Lemonilo?.....	38
4.1.3	Apakah Anda Mengetahui Group Music K-pop NCT DREAM Menjadi <i>Brand Ambassador</i> Produk Mie Instan Lemonilo.....	39
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
4.3	Analisis Deskriptif.....	43
4.3.2	Tanggapan Responden Mengengai Citra Merek	45
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	47
4.4	Analisis Dara	48
4.4.1.3	Uji Reliabilitas.....	51
4.4.2	<i>Inner Model</i> (Model. Struktural)	52
4.4.2.1	Resquare	52
4.4.2.2	Q-Square.....	53
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		57
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59