

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan Samsung.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Samsung	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk dan Layanan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian	19
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	20
1.7 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22

2.1.1	Marketing.....	22
2.1.2	<i>Brand Ambassador</i>	25
2.1.3	Keputusan Pembelian	26
2.1.4	<i>Brand</i> (Merk).....	28
2.1.5	<i>Image</i>	28
2.1.6	<i>Brand Image</i>	29
2.1.7	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	32
2.1.8	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	32
2.1.9	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Peneletian Terdahulu	34
2.2.1	Skripsi Terdahulu	34
2.2.2	Jurnal Nasional Terdahulu.....	38
2.2.3	Jurnal Internasional Terdahulu	44
2.4	Kerangka Pemikiran.....	49
2.5	Hipotesis Penelitian	51
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1	Variabel Operasional	52
3.2.2	Skala Pengukuran	55
3.3	Populasi dan Sampel	56
3.3.1	Populasi.....	56
3.3.2	Sampel	56
3.4	Pengumpulan Data.....	58
3.4.1	Data Primer	58
3.4.2	Data Sekunder.....	58

3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.5.1	Uji Validitas	59
3.5.2	Uji Reliabilitas	62
3.6	Teknik Analisis Data.....	63
3.6.1	Analisis Deskriptif	63
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	65
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.6.4	Analisis Jalur.....	67
3.7	Pengujian Hipotesis	69
3.7.1	Uji Parsial (Uji T)	69
3.7.2	Uji Simultan (Uji F).....	70
3.7.3	Koefisien Determinasi	70
3.7.4	Uji Sobel	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Karakteristik Responden	72
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	74
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan.....	75
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Ponsel.....	76
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi	76
4.2	Hasil Penelitian	78
4.2.1	Analisis Deskriptif	78
4.3	Methods of Successive Interval (MSI)	88
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	89
4.4.1	Uji Normalitas.....	89
4.4.2	Uji Multikolinieritas	90

4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	91
4.5	Analisis Jalur.....	92
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	104
4.6.1	Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	104
4.6.4	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	107
4.6.5	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	108
4.6.6	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	109
4.6.7	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran	112
5.2.1	Saran Bagi Akademisi	112
5.2.2	Saran Bagi Praktisi atau Perusahaan.....	113
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN		119