

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2 Pengertian Brand Ambassador	12
2.1.3 Dimensi Brand Ambassador.....	12
2.1.4 Perilaku Konsumen	13
2.1.5 Pengertian Brand Image	13
2.1.6 Indikator Brand Image.....	13

2.1.7 Minat Pembelian.....	14
2.1.8 Dimensi Minat Pembelian.....	14
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.10 Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.11 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3 Tahapan Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel / Situasi Sosial.....	41
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	46
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Karakteristik Responden.....	70
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	72
4.2.2 Uji Penelitian / Analisis Data.....	97
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	119
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran.....	126

DAFTAR PUSTAKA 126