

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Pemasaran.....	22
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3 <i>Brand</i>	23
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	24
2.1.5 Iklan.....	26
2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	28
2.1.7 <i>Impulsive Buying</i>	30
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.2.1. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	32
2.2.2. Hubungan Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i>	32
2.2.3. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	33
2.2.4. Hubungan Iklan Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	33
2.2.5. Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	34
2.2.6. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Melalui <i>Brand Awareness</i>	34

2.2.7.	Hubungan Iklan Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Melalui <i>Brand Awareness</i> .	35
2.3	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3.1	Ulasan Penelitian Terdahulu Skripsi.....	35
2.3.2	Ulasan Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	40
2.3.3	Ulasan Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	46
2.4	Kerangka Pemikiran.....	51
2.5	Hipotesis Penelitian.....	52
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1	Jenis Penelitian.....	54
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	54
3.3	Tahapan Penelitian.....	61
3.4	Populasi dan Sampel.....	61
3.4.1.	Populasi.....	61
3.4.2.	Sampel.....	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5.1	Data Primer.....	63
3.5.2	Data Sekunder.....	64
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	64
3.6.1	Uji Validitas.....	64
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.7	Teknik Analisis Data.....	67
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	67
3.7.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	69
3.7.3	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	69
3.7.4	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
3.7.5	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
3.8	Uji Hipotesis.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		75
4.1	Pengumpulan Data.....	75
4.2	Karakteristik Responden.....	75
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	78
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	79

4.3	Hasil Penelitian	79
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	80
4.3.2	Analisis SEM-PLS.....	94
4.3.3	Uji Hipotesis.....	102
4.4	Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan	106
4.4.1	Analisa Pembahasan Uji <i>Outer Model</i>	109
4.4.2	Analisa Pembahasan Uji <i>Inner Model</i>	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Saran.....	118
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	118
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	120
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN.....		127