

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MENGENAI ORISINALITAS SKRIPSI, SUMBER INFORMASI, PELIMPAHAN HAK CIPTA DAN KESEDIAAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Brand Ambassador	9
2.1.3 Brand Image	10
2.2 Kerangka Berpikir	11
2.2 Pengembangan Hipotesis	12
2.2.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image	12
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	12
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	13
2.2.4 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image	13
BAB III	15
METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian	15

3.2 Objek Penelitian	15
3.3 Populasi dan Sampel	15
3.3.1 Populasi.....	15
3.3.2 Sampel.....	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.4.1 Sumber Data.....	16
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	16
3.5 Definisi Operasional.....	16
3.6 Teknik Analisis Data.....	19
3.7 Uji <i>Measurement Model</i> (Outer Model).....	20
3.7.1 Uji Validitas.....	20
3.7.2 Uji Reabilitas.....	21
3.8 Uji <i>Structural Model</i> (Inner Model)	21
3.9 Pengujian Hipotesis.....	22
BAB IV	23
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....	23
4.1 Hasil Analisis Data	23
4.1.1 Gambaran Umum Responden	23
4.2 Karakteristik Responden.....	23
4.3 Statistik Deskriptif	26
4.4 Uji <i>Measurement Model</i> (Outer Model).....	30
4.4.1 Uji Validitas.....	30
4.4.2 Uji Reabilitas.....	34
4.5 Uji <i>Structural Model</i> (Inner Model).....	35
4.5.1 Uji R-Square (R ²)	35
4.5.2 Uji Q-Square (Q ²).....	35
4.6 Uji Hipotesis.....	36
4.7 Pembahasan	38
BAB V.....	41
PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43