

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	11
1.2.1 Ruang Lingkup Subjek .....	11
1.2.2 Ruang Lingkup Objek.....	11
1.2.3 Ruang Lingkup Tempat.....	11
1.2.4 Ruang Lingkup Pengetahuan.....	11
1.2.5 Ruang Lingkup Waktu .....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Bagi Peneliti .....	12
1.4.2 Bagi Perusahaan .....	12
1.4.3 Bagi Almamater .....	12
1.4.4 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	12

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Pengertian Minat Beli (Y).....	20
2.1.2.1. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	21
2.1.2.2. Tahapan Minat Beli.....	22
2.1.2.3. Indikator Minat Beli.....	22
2.2 Pengertian Kelompok Refrensi/Acuan ( <i>Refrence Group</i> ).....	23
2.2.1 Indikator Kelompok Referensi.....	23
2.2.2 Pengaruh Kelompok Refrensi.....	25
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	26
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran.....	28
2.2.5 Bentuk Pola Distribusi Bauran Pemasaran.....	28
2.2.5 Pengertian <i>Branda Ambassador</i> (X1).....	29
2.2.6 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	30
2.2.7 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	30
2.3 Pricing strategy (X2).....	31
2.3.1 Strategi penetapan harga.....	33
2.3.2 Metode penetapan harga.....	34
2.3.4 Indikator Strtegi Harga.....	35
2.4 Peneletian Terdahulu.....	35
2.5 Kerangka Pemikiran.....	38
2.6 Hipotesis.....	40

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Sumber Data.....	41
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	42
Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel.....	43
3.5 Variabel Penelitian.....	44

3.5.1 Variabel Independen .....	44
3.5.2 Variabel Dependen.....	44
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.7 Analisis Data.....	46
3.7.1 Uji Persyaratan Instrumen .....	46
3.7.2 Uji Validitas .....	46
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	47
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4.1 Uji Normalitas .....	48
3.7.4.2 Uji Linieritas.....	48
3.7.4.3 Uji Multikolinieritas .....	49
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
3.9 Pengujian Hipotesis .....	50
3.9.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t) .....	50
3.9.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	50

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Data.....	52
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	52
4.1.1.2 Umur Responden.....	52
4.1.1.3 Berdasarkan Domisili atau Tempat Tinggal .....	53
4.1.1.4 Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	54
4.1.1.5 Berdasarkan Pengeluaran .....	55
4.1.1.6 Deskripsi Jawaban Responden .....	56
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	60
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	60
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel .....	64
4.3.2 Hasil Uji Linieritas .....	65
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	66

4.4 Regresi Linier Berganda .....	68
4.17 Koefisien Determinasi (R square).....	69
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	70
4.5.1 Hasil Uji T .....	70
4.5.2 Hasil Uji F .....	71
4.6 Pembahasan .....	74
4.6.1 pembahasan pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y) .....	74
4.6.2 Pembahasan Pengaruh <i>Pricing Strategy</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y) .....	74
4.6.3 Pembahasan Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) Dan <i>Pricing Strategy</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y) .....	75
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN I.....</b>	<b>81</b>
KUESIONER KUESIONER PENELITIAN.....	81
<b>LAMPIRAN II.....</b>	<b>86</b>
DATA HASIL PENELITIAN .....	86
<b>LAMPIRAN III .....</b>	<b>97</b>
TABULASI DATA.....	97
Alat Analisis .....	100
UJI REGRESI LINIER BERGANDA.....	103

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Perbandingan jumlah penjualan produk serum lokal

Gambar 1.2 Produk serum YOU yang menggunakan Strategi Bundling harga

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 produk best seller produk Y.O.U
- Tabel 1.2 produk serum yang dimiliki YOU
- Table 1.3 Perbandingan harga produk Serum lokal online dan offline
- Tabel 1.4 Pra-*survey*
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
- Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel
- Table 3.1 Definisi oprasional variable
- Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Umur
- Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal
- Tabel 4.3 Tingkat Pekerjaan
- Tabel 4.4 Pengeluaran Perbulan
- Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel *Brand Ambassador*
- Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden *Pricing Strategy*
- Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Minat Beli
- Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner *Brand Ambassador* (X1)
- Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner *Pricing Strategy* (X2)
- Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner Minat Beli (Y)
- Tabel 4.11 Daftar Interpretasi Koefisien
- Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas
- Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas
- Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas
- Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas
- Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda
- Tabel 4.16 Hasil Model Summary
- Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Coefficient
- Tabel 4.18 Hasil Uji F