

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN	i
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.2 Keputusan Pembelian	15
2.2.1 Pendekatan-Pendekatan Keputusan Pembelian	18

2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.3 Kelompok Referensi	20
2.4 <i>Brand Ambassador</i>	21
2.4.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	21
2.4.2 Peran <i>Brand Ambassador</i>	22
2.4.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	23
2.5 <i>Brand Image</i>	24
2.5.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	24
2.5.2 Indikator <i>Brand Image</i>	25
2.5.3 Komponen <i>Brand Image</i>	25
2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Kerangka Pikir	28
2.8 Hipotesis	29
2.8.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.8.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Sumber Data	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi	32
3.4.2 Sampel	33
3.5 Variabel Penelitian	34
3.5.1 Variabel Independen	34
3.5.2 Variabel Dependen	34
3.6 Definisi Operasional Variabel	34
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.8 Uji Asumsi Klasik	37
3.8.1 Uji Normalitas	37
3.8.2 Uji Linearitas	38
3.8.3 Uji Multikolinearitas	39
3.9 Metode Analisis Data	39
3.9.1 Uji Regresi Linier Berganda	39
3.10 Pengujian Hipotesis	39
3.10.1 Uji Secara Parsial (Uji t)	39
3.10.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	43
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	43
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	45

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	51
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	51
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	55
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	55
4.3.2 Hasil Uji Linearitas.....	55
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
4.4 Uji Analisis Data.....	58
4.4.1 Hasil Regresi Linier Berganda.....	58
4.5 Pengujian Hipotesis.....	59
4.5.1 Hasil Uji T (Parsial).....	59
4.5.2 Hasil Uji F (Simultan).....	61
4.6 Pembahasan.....	62
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1) dan <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
5.1.1 Saran Manajerial.....	65
5.1.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN