

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	19
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	19
1.5 Kegunaan Penelitian .....	19
1.6 Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	21
2.1 Tinjauan Pustaka .....	21
2.1.1 Pemasaran .....	21
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	21
2.1.3 Bauran Promosi .....	22
2.1.4 Periklanan .....	24
2.1.5 Penggunaan <i>Endorser</i> Dalam Iklan .....	27
2.1.6 <i>Brand Ambassador</i> .....	29
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian .....	33
2.1.8 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu .....	38

2.3 Kerangka Pemikiran .....	45
2.4 Hipotesis Penelitian .....	46
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	46
2.5.1 Variabel Penelitian .....	46
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	47
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	48
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	48
3.2.1 Variabel Operasional .....	48
3.2.2 Skala Pengukuran .....	52
3.3 Tahapan Penelitian .....	53
3.4 Populasi dan Sampel .....	53
3.4.1 Populasi .....	53
3.4.2 Sampel .....	54
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.5.1 Sumber Data .....	55
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6 Teknik Pengujian Data .....	56
3.6.1 Uji Validitas .....	56
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	59
3.7 Teknik Analisis Data .....	60
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	60
3.7.2 <i>Method Successive Intrval (MSI)</i> .....	61
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	62
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	62
3.8 Uji Hipotesis .....	63
3.8.1 Koefisien Determinasi .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.2 Pengumpulan Data .....	65

4.2 Karakteristik Responden.....	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan.....	70
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Melihat Iklan ..	71
4.3 Hasil Penelitian: Analisis Deskriptif .....	71
4.3.1 Analisis Deskriptif Sub Variabel <i>Visibility</i> .....	72
4.3.2 Analisis Deskriptif Sub Variabel <i>Credibility</i> .....	74
4.3.3 Analisis Deskriptif Sub variabel <i>Attraction</i> .....	77
4.3.4 Hasil Penelitian Sub Variabel <i>Power</i> .....	79
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador (X)</i> .....	81
4.3.6 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	83
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1 Uji Normalitas .....	86
4.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	87
4.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	88
4.4.4 Uji Hipotesis (Uji-t) .....	89
4.4.5 Koefisien Determinasi.....	90
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.5.1 Brand Ambassador ZOYA.....	91
4.5.2 Keputusan Pembelian Produk ZOYA .....	93
4.5.3 Pengaruh Variabel <i>Brand Ambassador (X)</i> Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran .....	97
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	97
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN</b>	