

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**PENGARUH BAND INDIE SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PETERSAYSDENIM (Survey Terhadap Member PeterSaysDenim)**”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih khusus serta penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis Bpk. H . Siswanto. SE dan Ibu Hj. Wintri Komara, atas doa, dorongan, bimbingan, dan motivasi yang luar biasa sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.

Selanjutnya, dengan segala kerendahan hati penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Elvira Azis. SE, MT. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh Dosen beserta karyawan Universitas Telkom yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta berbagi pengalaman yang berharga.
3. Peter Firmansyah selaku owner PeterSaysDenim yang bersedia perusahaannya untuk diteliti.
4. Andhika Hernandi selaku Manager Marketing dari PeterSaysDenim.
5. Eric Krisna selaku Manager Produksi PeterSaysDenim.
6. Pihak Management Lea Jeans yang memberikan data data produksi.
7. Bintang Resi Firmana yang merupakan kakak dari penulis, yang selalu berdoa, mendukung dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Devi, Eva, Putri yang memberikan semangat ketika penulis sudah tidak semangat dalam penulisan skripsi ini.
9. Rekan-rekan, Vicky, Fradyan, Windriani, Jarwo, Nyonyo, Dey, Donkey, Nando, Irsyad, Vialita, Putri Chita, Ata yang tiada henti mengajarkan solidaritas tanpa batas.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun persepsi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Bandung, Juli 2014

Danan Dwi Ananto

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GRAFIK	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 PeterSaysDenim	1
1.1.2 Visi dan Misi PeterSaysDenim	2
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Untuk Pengembangan Ilmu Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJUAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Promosi dalam Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Konsep Promotion <i>Mix</i> dalam Promosi	13
2.1.5 <i>Advertising</i> (Periklanan)	14
A. Tujuan Iklan	15
B. Jenis-Jenis Iklan	15
C. Daya Tarik Iklan	16
2.1.6 Konsep <i>Brand Ambassador</i>	17

A. Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	17
B. <i>Brand Ambassador</i>	17
C. Atribut <i>Brand Ambassador</i>	18
2.1.7 Perilaku Konsumen	19
2.1.8 Keputusan Pembelian	20
A. Pengertian Keputusan Pembelian	20
B. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
C. Proses Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Penelitian	29
2.4 Hipotesis Penelitian	30
 BAB III METODE PENELITIAN	 31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Variabel Penelitian	31
3.2.1 Oprasional Variabel	32
3.3 Tahapan Penelitian	34
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Skala Pengukuran	35
3.6 Populasi dan Sampel	35
3.6.1 Populasi	35
3.6.2 Sampel	36
3.7 Uji Validitas, Realibilitas, dan Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Realibilitas	39
3.7.3 Teknik Analisis Data	40
a. Regresi Linier Sederhana	40
b. Analisa Deskriptif	41
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Normalitas	42
3.7.5 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	42

3.7.6	Pengujian Hipotesis	43
a.	Uji t	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Karakteristik Responden	44
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2	Berdasarkan Usia	45
4.1.3	Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Dalam Sebulan	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	46
	A. Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i>	47
	B. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	48
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	50
	Normalitas	50
4.2.3	Koefesien Determinasi	51
4.2.4	Hasil Analisis Regresi	51
4.2.5	Pengujian Hipotesis	53
	Uji t	53
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		