

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Brand (Merek)	16
2.1.4 Brand Ambassador	17
2.1.5 Dimensi Brand Ambassador.....	18
2.1.6 Minat Beli.....	19
2.1.7 Dimensi Minat Beli	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis Penelitian	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Operasionalisasi Variabel Dan Skala Pengukuran.....	41

3.2.1	Operasionalisasi Variabel	41
3.2.2	Skala Pengukuran	44
3.3	Tahapan Penelitian.....	45
3.4	Populasi Dan Sampel	47
3.4.1	Populasi	47
3.4.2	Sampel	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1	Data Primer	49
3.5.2	Data Sekunder.....	49
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas	49
3.6.1	Uji Validitas.....	49
3.6.2	Uji Reliabilitas	51
3.7	Teknik Analisis Data	52
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	52
3.7.2	Metode Successive Interval (MSI).....	54
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	55
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	56
3.7.5	Uji Hipotesis	57
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi	58
	DAFTAR PUSTAKA	60

LAMPIRAN