

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan Samsung	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Produk.....	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	15
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Strategi Pemasaran	16
2.1.3 Brand Ambassador	17
2.1.4 Dimensi Brand Ambassador.....	17
2.1.5 Brand Image	18

2.1.6 Dimensi Brand Image.....	19
2.1.7 Hubungan Antara Brand Ambassador dengan Brand Image.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
2.5.1 Variabel Penelitian	34
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.2.1 Operasional Variabel	35
3.2.2 Skala Pengukuran	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Data Primer.....	41
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.5.1 Uji Validitas.....	42
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.6.2 Method of Succesive Interval (MSI)	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	48
3.6.5 Uji Hipotesis.....	48
3.6.6 Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Pengumpulan Data	50

4.2	Karakteristik Responden	50
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	52
4.3	Hasil Penelitian	52
4.3.1	Analisis Deskriptif Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i>	53
4.3.2	Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Brand Image	60
4.4	Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	65
4.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	67
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	69
4.6	Uji Hipotesis (Uji T)	70
4.7	Koefisien Determinasi	71
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.8.1	Hasil Analisis Deskriptif Brand Ambassador.....	71
4.8.2	Hasil Analisis Deskriptif Brand Image.....	72
4.8.3	Hasil Analisis Deskriptif Brand Ambassador Terhadap Brand Image	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	74
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	75
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		79