

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	2
1.3. Perumusan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.5.1. Aspek Teoritis	16
1.5.2. Aspek Praktis	16
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu	19
2.1.1. Pemasaran	19
2.1.2. Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	21
2.1.4. <i>Brand Ambassador</i>	23
2.1.5. Daya Tarik Iklan	25

2.1.6.	Keputusan Pembelian	26
2.1.7.	Penelitian Terdahulu	30
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	42
2.3.	Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1.	Jenis Penelitian.....	45
3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	47
3.2.1.	Operasional Variabel.....	47
3.2.2.	Skala Pengukuran	48
3.3.	Tahapan Penelitian	49
3.4.	Populasi dan Sampel	52
3.4.1.	Populasi.....	52
3.4.2.	Sampel	52
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	54
3.5.1.	Pengumpulan Data.....	54
3.5.2.	Sumber Data	54
3.6.	Uji Validitas dan Realibilitas.....	55
3.6.1.	Uji Validitas	55
3.6.2.	Uji Reliabilitas	58
3.7.	Teknik Analisis Data	59
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	59
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	62
3.7.4.	Uji Hipotesis	63
3.7.5.	Uji Koefisien Determinasi (R²)	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Karakteristik Responden	65
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	67
4.2. Hasil Penelitian	69
4.2.1. Analisis Deskriptif	69
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	84
4.2.3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.2.4. Uji Hipotesis	88
4.2.5. Uji Koefisien Determinasi	90
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.3.1. <i>Brand Ambassador</i> V BTS di aplikasi SimInvest pada generasi Z dan Milenial.	91
4.3.2. Daya Tarik Iklan di aplikasi SimInvest pada generasi Z dan Milenial.....	92
4.3.3. Keputusan Pembelian di aplikasi SimInvest pada generasi Z dan Milenial.....	94
4.3.4. <i>Brand Ambassador</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). 95	
4.3.5. Daya Tarik Iklan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	96
4.3.6. <i>Brand Ambassador</i> (X1) dan Daya Tarik Iklan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	97
BAB V PENUTUP.....	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Saran	100
5.2.1. Aspek Teoritis.....	100

5.2.2. Aspek Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	108
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2. Bukti Penyebaran Kuesioner	113
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Validitas Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i> ..	115
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Validitas Reliabilitas Daya Tarik Iklan	115
Lampiran 5. Hasil Kuesioner Validitas Reliabilitas Keputusan Pembelian	116
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1)	117
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan (X2)	118
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	118
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	119
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Daya Tarik Iklan (X2).....	119
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	119
Lampiran 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	119
Lampiran 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	120
Lampiran 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	120
Lampiran 15. Tabulasi Data Variabel <i>Brand Ambassador</i>	120
Lampiran 16. Tabulasi Data Variabel Daya Tarik Iklan.....	129
Lampiran 17. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	137
Lampiran 18. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	146
Lampiran 19. Hasil Uji Multikolinearitas	146
Lampiran 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	147
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	147

Lampiran 22. Hasil Uji-t	147
Lampiran 23. Hasil Uji-f.....	148
Lampiran 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi	148