

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Skala Usaha dan Perkembangan Usaha .....	2
1.1.5 Strategi Secara Umum .....	3
1.1.6 Produk dan Layanan .....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Aspek Teoritis .....	14
1.5.2 Aspek Praktisi.....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	14
1.7 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	17

2.1.3 <i>Brand</i> .....	17
2.1.4 Brand Ambassador.....	17
2.1.5 Dimensi Brand Ambassador.....	18
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.7 Purchasing Decision .....	20
2.1.8 Dimensi Purchasing Decision.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi .....	23
2.2.2 Ulasan Penelitian Jurnal Nasional .....	26
2.2.3 Ulasan Penelitian Jurnal Internasional .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	38
3.2.1 Variabel Operasional .....	38
3.2.2 Skala Pengukuran .....	41
3.3 Tahapan Penelitian .....	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel .....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1 Data Primer .....	44
3.5.2 Data Sekunder .....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.8 Teknik Analisis Data .....	48
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.8.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
3.8.3 Uji Hipotesis.....	51
3.8.4 Koefisien Determinasi .....	52

<b>BAB IV .....</b>	<b>53</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	53
4.2 Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	55
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	57
4.3 Hasil Penelitian .....	58
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	58
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	69
4.3.4 Uji Hipotesis (Uji-t).....	70
4.3.5 Koefisien Determinasi .....	70
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
4.4.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	71
4.4.2 Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchasing Decision</i> .....	72
4.4.3 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.4.4 Pembahasan Koefisien Determinasi .....	72
<b>BAB V.....</b>	<b>74</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran bagi Lazada.....	74
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>