

## DAFTAR ISI

PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR IQBAAL RAMADHAN TERHADAP MINAT BELI RUANGGURU DI INDONESIA .....	i
PENGARUH KREDIBILITAS <i>BRAND AMBASSADOR</i> IQBAAL RAMADHAN TERHADAP MINAT BELI RUANGGURU DI INDONESIA .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi, Misi dan Filosofi atau Nilai Perusahaan.....	2
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Batasan Masalah.....	22
1.6 Kegunaan Penelitian .....	22
1.6.1 Kegunaan Teoritis .....	22
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	22

1.7 Waktu dan Periode Penelitian .....	22
1.8 Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>25</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	25
2.1.1 Pemasaran .....	25
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	26
2.1.3 Bauran Promosi .....	27
2.1.4 <i>Brand</i> (Merek).....	29
2.1.5 Penelitian Terdahulu Skripsi .....	34
2.1.6 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional .....	40
2.1.7 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	46
2.4 Kerangka Pemikiran .....	51
2.5 Hipotesis Penelitian .....	53
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	55
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
3.2.1 Variabel Operasional .....	56
3.2.2 Skala Pengukuran .....	58
3.3 Tahapan Penelitian .....	59
3.4 Populasi dan Sampel.....	61
3.4.1 Populasi.....	61
3.4.2 Sampel.....	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5.1 Data Primer .....	64
3.5.2 Data Sekunder .....	64
3. 6 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	64

3.6.1 Uji Validitas .....	64
3.6.2 Uji Realibilitas.....	67
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengajuan Hipotesis .....	69
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif .....	69
3.7.2 Metode <i>Seccessive Interval</i> .....	70
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	71
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	72
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji t) .....	72
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	75
4.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	75
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	76
4.2 Uji Validitas dan Reabilitas .....	76
4.2.1 Uji Validitas .....	76
4.2.2 Uji Reabilitas.....	78
4.3 Hasil Penelitian .....	79
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	79
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	101
4.3.1 Uji Normalitas .....	101
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas .....	102
4.5 Uji Hipotesis.....	104
4.5.1 Pengujiam Hipotesis Secara Parsial .....	104
4.5.2 Koefisien Determinasi .....	105
4.3.2 Pembahasan Variabel Minat Beli .....	107
4.3.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan .....	108
5.2 Saran	
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	108
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN .....	115