

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi Misi Yellow Fit <i>Kitchen</i> .....	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Skala Usaha.....	2
1.1.5 Produk Yellow Fit Kitchen .....	3
1.2 Latar Belakang .....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.5.2 Manfaat Praktik.....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	14

1.7 Sistematika Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4 Brand Ambassador.....	18
2.1.5 Dimensi Brand Ambassador .....	19
2.1.6 Brand Image.....	20
2.1.7 Dimensi Brand Image .....	21
2.1.8 Proses keputusan Pembelian.....	22
2.1.9 Dimensi Proses keputusan Pembelian .....	24
2.1.10 Hubungan Antara <i>Brand Ambassador</i> dengan Proses keputusan Pembelian.....	26
2.1.11 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan Proses keputusan Pembelian...	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	43
3.2.1 Operasional Variabel .....	43
3.2.2 Skala Pengukuran .....	49
3.3 Tahapan Penelitian .....	50
3.4 Populasi dan Sampel .....	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sample .....	51

3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5.1 Data Primer .....	53
3.5.2 Data Sekunder .....	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
3.6.1 Uji validitas .....	54
3.6.2 Uji Realibilitas .....	55
3.7 Teknis Analisis Data .....	56
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	56
3.7.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	57
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	59
3.8 Uji Hipotesis .....	59
3.8.1 Uji t (Parsial).....	60
3.8.2 Uji F (Simultan) .....	61
3.8.3 Koefisien Determinasi .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	63
4.2 Analisis Karakteristik Responden .....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan .....	66
4.2 Hasil penelitian.....	66
4.2.1 Analisis Validitas .....	66
4.2.2 Analisis Reliabilitas .....	68
4.3 Teknik Analisis Data.....	68
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	68

4.3.2 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2).....	71
4.3.3 Analisis Deskriptif Proses keputusan Pembelian (Y) .....	75
4.4 Method of Successive Interval (MSI) .....	80
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	81
4.4.1 Uji Normalitas.....	81
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	82
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	83
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	84
4.7 Uji Hipotesis .....	86
4.7.1 Uji Parsial (Uji-T).....	86
4.7.2 Uji Simultan (Uji-F).....	87
4.7.3 Koefisien Determinasi .....	88
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	89
4.8.1 Analisis Karakteristik Responden.....	89
4.8.2 Pembahasan Analisis Deskriptif .....	89
4.8.3 Pembahasan Uji Hipotesis .....	91
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	94
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>