

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Ultrajaya	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Brand (Merek)	12
2.1.2 Brand Ambassador	13
2.1.3 Brand Image	16
2.1.4 Minat Beli.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Operasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.2.1 Variabel Operasional.....	30
3.2.2 Skala Pengukuran.....	33
3.3 Tahapan Penelitian.....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Data yang diperlukan.....	36
3.5.2 Data Primer.....	36
3.5.3 Data Sekunder.....	36
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7 Teknis Analisis Data.....	38
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.7.2 Structural Equation Model (SEM).....	40
3.7.3 Partial Least Square (PLS).....	40
3.7.4 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	40
3.7.5 Pengukuran Struktural (Inner Model).....	42
3.8 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Pengumpulan Data.....	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.3 Teknik Analisi Data.....	45
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	45
4.4 Analisis PLS SEM.....	57

4.4.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	58
4.4.2 Hasil Uji Inner Model.....	62
4.5 Pembahasan Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	69
5.2.2 Untuk Peneliti selanjutnya.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	73