

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</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 Logo Perusahaan .....	2
1.1.3 Visi dan Misi .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	15
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	15
1.6 Lokasi dan Objek penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Minat Beli.....	17
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	18
2.1.2 Indikator Pengukuran Minat Beli .....	20
2.1.3 Dimensi Minat Beli .....	20
2.2 Brand Ambassador .....	21

2.2.1 Indikator Brand Ambassador.....	22
2.2.2 Peranan Brand Ambassador .....	22
2.2.3 Dimensi Brand Ambassador.....	23
2.3 Pengetian Produk .....	25
2.4 Kualitas Produk.....	25
2.4.1 Tujuan Kualitas Produk.....	26
2.4.2 Unsur-unsur Kualitas Produk .....	26
2.4.3 Dimensi Kualitas Produk.....	27
2.4.4 Indikator Kualitas Produk.....	29
2.5 Generasi Milenial .....	30
2.5.1 Karakteristik Generasi Milenial.....	31
2.6 Penelitian Terdahulu .....	32
2.7 Kerangka Pemikiran.....	50
2.8 Hipotesis Penelitian.....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Operasional Variabel dan Pengukuran.....	54
3.2.1 Operasi Variabel .....	54
3.2.2 Skala Pengukuran .....	58
3.3 Tahapan Penelitian .....	58
3.4 Populasi dan Sampel .....	59
3.4.1 Populasi .....	59
3.4.2 Sampel .....	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.6 Teknik Pengujian Data.....	61
3.6.1 Uji Validitas.....	61
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	64
3.7 Teknik Analisis Data.....	66
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	66
3.8 Method of Successive Interval (MSI) .....	68
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	68

3.10 Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
3.11 Uji Simultan (F) .....	70
3.12 Uji Parsial (t) .....	71
3.13 Koefisien Determinasi .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	73
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Somethinc ...	73
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	74
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja .....	75
4.2 Hasil Penelitian .....	76
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	76
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Brand Ambassador .....	76
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	87
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	89
4.2.5 Uji Hipotesis .....	91
4.2.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	92
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	93
4.3.1 Analisis Deskriptif Brand Ambassador (X1) .....	93
4.3.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk .....	94
4.3.3 Analisis Deskriptif Minat Beli .....	95
4.3.4 Analisis Deskriptif Brand Ambassador (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y) .....	96
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Saran .....	99
5.2.1 Saran bagi Perusahaan Somethinc .....	99
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>10104</b>