

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	vii <u>x</u>
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Kegunaan Akademis	14
1.5.2 Kegunaan Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4 Bauran Promosi	18
2.1.5 Iklan	19

2.1.6 <i>Brand</i>	20
2.1.7 <i>Brand ambassador</i>	21
2.1.8 <i>Brand image</i>	23
2.1.9 Minat Beli	25
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan Iklan Terhadap <i>Brand image</i>	26
2.2.2 Hubungan <i>Brand ambassador</i> Terhadap <i>Brand image</i>	26
2.2.3 Hubungan Iklan Terhadap Minat Beli	26
2.2.4 Hubungan <i>Brand ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	27
2.2.5 Hubungan Brand Image Terhadap Minat Beli.....	27
2.2.6 Hubungan Iklan Terhadap Minat Beli Melalui <i>Brand image</i>	27
2.2.7 Hubungan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.1 Ulasan Penelitian Terdahulu Skripsi.....	28
2.3.2 Ulasan Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	31
2.3.3 Ulasan Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	35
2.4 Kerangka Pemikiran	38
2.5 Hipotesis Penelitian.....	39
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	41
3.2.1 Operasional Variabel	41
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	50

3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel	50
3.4.3 Teknik Sampling.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Data Primer	52
3.5.2 Data Sekunder	52
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	58
3.7.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	58
3.8 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Pengumpulan Data.....	64
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.3 Teknik Analisis Data	65
4.3.1 Analisis Deskriptif	65
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Iklan (X1).....	65
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2).....	69
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	73
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Z)	78
4.4 Analisis PLS SEM.....	80
4.4.1 Hasil Model Pengukuran (Outer Model)	81
4.4.2 Model Struktural (Inner Model).....	87
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95

4.5.1 Pembahasan Analisis Deskriptif	95
4.5.2 Pembahasan Pengujian Hipotesis	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111