

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR GAMBAR	14
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
1.1.1 Profil Perusahaan	16
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	16
1.1.3 Logo Perusahaan	17
1.1.4 Skala Usaha Somethinc.....	17
1.1.5 Produk Somethinc.....	19
1.2 Latar Belakang Penelitian	22
1.3 Rumusan Masalah.....	40
1.4 Tujuan Penelitian	40
1.5 Kegunaan Penelitian	40
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	41
1.5.2 Kegunaan Praktis	41
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	41
1.7 Sistematika Penulisan	41
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	43

2.1	Rangkuman Teori	43
2.1.1	Komunikasi Pemasaran.....	43
2.1.2	Brand Ambassador	44
2.1.3	Minat Beli.....	46
2.1.4	Sikap Pada Iklan.....	49
2.1.5	Hubungan Antar Variabel	50
2.2	Penelitian Terdahulu	51
2.3	Kerangka Pemikiran	62
2.4	Hipotesis Penelitian	63
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	64
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel	64
2.5.2	Subjek Penelitian	64
BAB III METODE PENELITIAN		66
3.1	Jenis Penelitian	66
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	67
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	67
3.2.2	Skala Pengukuran	70
3.3	Populasi Dan Sampel.....	71
3.3.1	Populasi.....	71
3.3.2	Sampel.....	72
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.4.1	Data Primer	74
3.4.2	Data Sekunder	74
3.5	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	75
3.5.1	Uji Validitas	75
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	77
3.6	Teknik Analisis Data	78

3.6.1	Teknik Analisis Data Deskriptif.....	78
3.6.2	Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	80
3.6.3	Analisis Model Struktural (Inner Model)	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		83
4.1	Pengumpulan Data.....	83
4.2	Karakteristik Responden	83
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	84
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Skincare Per Bulan.....	85
4.3	Hasil Penelitian.....	85
4.3.1	Analisis Deskriptif Brand Ambassador	85
4.3.2	Analisis Deskriptif Minat Beli	89
4.3.3	Analisis Deskriptif Sikap Pada Iklan	92
4.3.4	Validitas Konvergen	94
4.3.5	Validitas Diskriminan	96
4.3.6	Reliabilitas Komposit	97
4.3.7	R Square (R^2).....	98
4.3.8	Analisis Jalur	98
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran	107
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	107
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	108
DAFTAR PUSTAKA.....		109

LAMPIRAN114