

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Sejarah Perusahaan Samsung.....	1
1.1.2    Visi dan Misi Samsung .....	2
1.1.3    Logo Perusahaan.....	2
1.1.4    Produk dan Layanan .....	2
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3    Perumusan Masalah .....	18
1.4    Tujuan Penelitian .....	19
1.5    Kegunaan Penelitian .....	19
1.6    Waktu dan Periode Penelitian.....	20
1.7    Sistematika Penulisan .....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1    Landasan Teori.....	22

2.1.1	Marketing.....	22
2.1.2	<i>Brand Ambassador</i> .....	25
2.1.3	Keputusan Pembelian .....	26
2.1.4	<i>Brand</i> (Merk).....	28
2.1.5	<i>Image</i> .....	28
2.1.6	<i>Brand Image</i> .....	29
2.1.7	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	32
2.1.8	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	32
2.1.9	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Peneletian Terdahulu .....	34
2.2.1	Skripsi Terdahulu .....	34
2.2.2	Jurnal Nasional Terdahulu.....	38
2.2.3	Jurnal Internasional Terdahulu .....	44
2.4	Kerangka Pemikiran.....	49
2.5	Hipotesis Penelitian .....	51
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1	Variabel Operasional .....	52
3.2.2	Skala Pengukuran .....	55
3.3	Populasi dan Sampel .....	56
3.3.1	Populasi.....	56
3.3.2	Sampel .....	56
3.4	Pengumpulan Data.....	58
3.4.1	Data Primer .....	58
3.4.2	Data Sekunder.....	58

3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
3.5.1	Uji Validitas .....	59
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.6	Teknik Analisis Data.....	63
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	63
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	65
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.6.4	Analisis Jalur.....	67
3.7	Pengujian Hipotesis .....	69
3.7.1	Uji Parsial (Uji T) .....	69
3.7.2	Uji Simultan (Uji F).....	70
3.7.3	Koefisien Determinasi .....	70
3.7.4	Uji Sobel .....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		72
4.1	Karakteristik Responden .....	72
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	74
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan.....	75
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Ponsel.....	76
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi .....	76
4.2	Hasil Penelitian .....	78
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	78
4.3	Methods of Successive Interval (MSI) .....	88
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	89
4.4.1	Uji Normalitas.....	89
4.4.2	Uji Multikolinieritas .....	90

4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	91
4.5	Analisis Jalur.....	92
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian .....	104
4.6.1	Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> .....	104
4.6.4	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	107
4.6.5	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	108
4.6.6	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	109
4.6.7	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i> .....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		111
5.1	Kesimpulan .....	111
5.2	Saran .....	112
5.2.1	Saran Bagi Akademisi .....	112
5.2.2	Saran Bagi Praktisi atau Perusahaan.....	113
DAFTAR PUSTAKA .....		115
LAMPIRAN .....		119