

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>BRAND AMBASSADOR</i> MAUDY AYUNDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA <i>E-COMMERCE</i> LAZADA	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN	7
1.4 KEGUNAAN PENELITIAN	7
1.4.1 <i>Aspek Teoritis</i>	7
1.4.2 <i>Aspek Praktis</i>	7
1.5 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 TINJAUAN TEORI	9
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	9
2.1.2 <i>Keputusan Pembelian</i>	10
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	12
2.2.1 <i>Jurnal Nasional</i>	12
2.2.2 <i>Jurnal Internasional</i>	14
2.3 KERANGKA PENELITIAN.....	17
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN	19
2.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN	19
BAB III.....	20

METODE PENELITIAN.....	20
3.1 JENIS PENELITIAN.....	20
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN	20
3.2.2 Skala Pengukuran	22
3.3 POPULASI DAN SAMPLE	23
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder.....	25
3.5 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	25
3.5.1 Uji Validitas	25
3.5.2 Uji Reliabilitas	28
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	29
3.6.1 Analisis Data Deskriptif.....	29
3.6.2 Methode of Successive Interval (MSI).....	30
3.6.3 Uji Normalitas	31
3.6.4 Analisis Korelasi.....	31
3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	32
3.7 UJI HIPOTESIS.....	33
3.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	33
3.7.2 Koefisiensi Determinasi	33
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 PENGUMPULAN DATA	35
4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	35
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	37
4.3 ANALISIS DATA	38
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Brand Ambassador (X).....	38
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.4 METHOD OF SUCCESSIVE INTERVAL (MSI)	49
4.5 UJI ASUMSI KLASIK	49
4.5.1 Uji Normalitas	49
4.6 ANALISIS KORELASI.....	50
4.7 ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA	51
4.7.1 Koefisiensi Determinasi (R²)	52
4.8 UJI HIPOTESIS.....	52
4.8.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	52
4.9 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	53
4.9.1 Pengaruh Brand Ambassador Maudy Ayunda Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Lazbeauty	54

BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 KESIMPULAN.....	56
5.2 SARAN	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61