

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.2 Minat Beli.....	8
2.2.1 Indikator Minat Beli.....	8
2.2.2 Faktor Minat Beli	9
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	9
2.3.1 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	9
2.3.2 Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	10
2.4 Promosi.....	10
2.4.1 Indikator Promosi.....	11
2.4.2 Dimensi Promosi.....	11
2.5 Kualitas Layanan	12
2.5.1 Indikator Kualitas Layanan	13
2.5.2 Dimensi Kualitas Layanan	13
2.6 Penelitian Terdahulu.....	14

2.7	Keterkaitan Antar Variabel.....	25
2.7.1	Keterkaitan <i>Brand Ambassador</i> (X_1) dengan Minat Beli (Y).....	25
2.7.2	Keterkaitan Promosi (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)	25
2.7.3	Keterkaitan Kualitas Layanan (X_3) Terhadap Minat Beli (Y).....	25
2.8	Hipotesis	25
2.9	Model Penelitian	26
BAB III.....		27
METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Rancangan Penelitian	27
3.2	Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1	Jenis Data	27
3.2.2	Sumber Data.....	28
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sempel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4	Definisi Oprasional Variabel.....	30
3.5	Teknik Analisis Data	33
3.5.1	Uji Validitas	33
3.5.2	Uji Reliabilitas	33
3.5.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.6	Uji Hipotesis.....	34
3.6.1	Uji Signifikan Parameter Simultan F.....	34
3.6.2	Uji Signifikasi Parameter Individual (t).....	35
3.6.3	Koefiensi Determinasi (R^2)	35
BAB IV.....		36
HASIL PENELITIAN		36
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Karakteristik Responden	36
4.1.2	Uji Validitas	38
4.1.3	Uji Reabilitas.....	41
4.1.4	Uji Regresi Linier Berganda	41
4.1.5	Uji t	42
4.1.6	Uji F	43

4.1.7	Koefisien Determinan	44
BAB V	46
PEMBAHASAN	46
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
5.1.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli.....	46
5.1.2	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	47
5.1.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli.....	47
5.1.4	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1), Promosi (X_2) dan Kualitas Layanan (X_3) terhadap Minat Beli (Y)	48
5.2	Temuan Penelitian	49
5.3	Keterbatasan Penelitian	49
BAB VI	51
PENUTUP	51
6.1	Kesimpulan.....	51
6.2	Saran	52
6.2.1	Bagi Perusahaan	52
6.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	52
6.3	Implikasi Penelitian	53
6.3.1	Implikasi Teoritis	53
6.3.2	Implikasi Praktis	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Kunjungan Web Bulanan <i>E-Commerce</i> pada 2019 Kuartal I,II dan III	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Bobot Pilihan Jawaban Responden	28
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel	31
Tabel 3.3 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.4 Hasil Uji t	43
Tabel 4.5 Hasil Uji F	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survei <i>Brand Ambassador</i>	4
Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Promosi	4
Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Kualitas Layanan	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Usai	36
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pra Survei	56
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 3. Tabulasi 150 Responden	62
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen	78
Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86
Lampiran 6. Hasil Uji Turnitin	90