

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	V
DAFTAR TABEL	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	IX
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.	10
1.3 Batasan Masalah.	10
1.4 Rumusan Masalah.	10
1.5 Tujuan Penelitian.	10
1.6 Manfaat Penelitian.	11
BAB II LANDASAN TEORI	1
2.1 Pemasaran.....	12
2.1.1 Definisi pemasaran.	12
2.1.2 Brand Image	12
2.1.2.1 Definisi Brand Image.....	12
2.1.2.2 Dimensi dan indikator-indikator Brand Image	13
2.1.2.3 Tujuan Merek (Brand).....	14
2.1.2.4 Manfaat citra merek atau Brand Image.....	15
2.1.2.5 Komponen Pembentuk Brand Image	15
2.1.3 Brand Ambassador	16
2.1.3.1 Definisi Brand Ambassador.	16

2.1.3.2 Dimensi dan indikator-indikator Brand Ambassador.....	17
2.1.3.3 Manfaat Brand Ambassador	18
2.1.4 Periklanan.....	18
2.1.4.1 Definisi periklanan.....	18
2.1.4.2 Dimensi dan Indikator-indikator Periklanan	19
2.1.4.3 Fungsi periklanan	19
2.1.4.4 Tujuan periklanan	20
2.1.4.5 Jenis media periklanan.....	21
2.1.4.6 Langkah-langkah dalam keputusan periklanan	22
2.1.4.7 Menetapkan tujuan periklanan	22
2.1.5 Minat Beli.....	22
2.1.5.1 Definisi Minat Beli	22
2.1.5.2 Dimensi dan Indikator-indikator Minat Beli	23
2.1.5.3 Faktor yang membentuk minat beli	23
2.2 Hasil penelitian terdahulu.....	24
2.3 Hubungan antar variabel.....	30
2.3.1 Hubungan antara Brand image dengan minat beli	30
2.3.1.1 Hubungan antara Brand Ambassador dengan minat beli.....	31
2.3.1.2 Hubungan antara Periklanan dengan minat beli.....	31
2.3.1.3 Hubungan antara Brand image, Brand Ambassador dan Periklanan dengan minat beli	32
2.4 Hipotesis.	32
2.5 Model Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian.	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34

3.2.1 Jenis Data.....	34
3.2.2 Sumber Data.....	35
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.4 Unit Analisis.....	36
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Instrumen.....	41
3.6.1.1 Uji Validitas.....	41
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.2 Uji Hipotesis.....	43
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.2.2 Uji Simultan (Uji F).....	44
3.6.2.3 Uji Parsial (Uji t).....	44
3.6.2.4 Koefisien determinasi (R^2).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
4.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	48
4.3 Uji instrumen.....	54
4.3.1 Uji Validitas.....	54
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	57
4.4 Analisis Regresi Linier berganda.....	57
4.5 Uji Simultan (Uji F).....	59
4.6 Uji Parsial (Uji t).....	60

4.7 Uji Koefisien determinasi.....	61
BAB V PEMBAHASAN.	63
5.1 Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli.....	63
5.1.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat beli	63
5.1.2 Pengaruh Periklanan terhadap Minat Beli.....	64
5.1.3 Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, dan Periklanan terhadap Minat beli.....	65
5.2 Temuan Penelitian	65
5.3 Keterbatasan penelitian.....	66
BAB VI KESIMPULAN.....	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran.	67
6.2.1 Bagi Perusahaan	67
6.2.2 Bagi peneliti selanjutnya.....	68
6.3 Implikasi Hasil penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Tabel Halaman
Tabel 2.1	Hasil penelitian terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Instrumen skala Likert.....	35
Tabel 3.2	Definisi operasional variabel.....	36
Tabel 3.3	Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha.....	42
Tabel 4.1	Interprestasi nilai indeks.....	49
Tabel 4.2	Hasil Analisis deskriptif.....	50
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Gambar Halaman
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	33
Gambar 1.1	Prediksi Angka Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia tahun 2024.....	3
Gambar 1.2	<i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbesar kuartal III-2019.....	4
Gambar 1.3	Top 10 <i>E-commerce</i> di Indonesia Kuartal I 2020	5
Gambar 1.4	Peringkat Juara 1-10 Website, Situs Toko Online & <i>E-commerce</i>	6
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	34
Gambar 4.1	Responden Jenis kelamin	45
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
Gambar 4.4	Responden berdasarkan Pekerja	47
Gambar 4.5	Responden Berdasarkan pendapatan	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 1 Quisioner 125 Responden.....	71
Lampiran 2 Tabulasi Data Pre-Test (30) Responden.....	75
Lampiran 3 Tabulasi Data 165 (Seratus Enam Puluh Lima) Responden	79
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	95
Tabel 5 Hasil Uji Validitas.....	100
Reliabilitas.....	100
Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	100
Tabel 8 Hasil Uji F	100
Tabel 9 Hasil Uji t.....	101
Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.	102