

DAFTAR ISI

UNIVERSITAS ESA UNGGUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori S – O – R.....	10
2.3 Brand Ambassador.....	11
2.3.2 Karakteristik Brand Ambassador.....	13
2.3.3 Fungsi dan Manfaat Penggunaan Brand Ambassador.....	15
2.4 Celebrity Endorser.....	17
2.5 Kredibilitas.....	18
2.6 Citra.....	20
2.6.1 Jenis Citra.....	21
2.7 Corporate Image.....	22
2.8 E-Commerce.....	25
2.8.1 Jenis E-Commerce.....	25
2.8.2 Keunggulan E-Commerce.....	27

2.8.3 Kekurangan E-Commerce.....	27
2.9 Hubungan Kredibilitas Dengan Citra.....	27
2.10 Media Sosial.....	28
2.11 Kerangka Pemikiran.....	30
2.12 Hipotesis.....	32
BAB III.....	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Jenis Penelitian.....	34
3.4 Jenis Data.....	35
3.4.1 Data Primer.....	35
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Bahan Penelitian.....	36
3.5.1 Obyek Penelitian.....	36
3.6 Sumber Data.....	36
3.6.1 Populasi.....	36
3.6.2 Sampel.....	37
3.6.3 Teknik Sampling.....	38
3.7 Instrumen Penelitian.....	38
3.8 Operasional Variabel.....	39
3.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	42
3.9.1 Validitas.....	42
3.9.2 Reliabilitas.....	43
3.10 Teknik Analisis Data.....	44
3.10.1 Analisis Korelasi.....	45
BAB IV.....	46
4.1 Gambaran Umum Lazada.....	46
4.1.1 Visi dan Misi Lazada.....	46
Visi dari Lazada yaitu “Menjadi tempat belanja <i>online</i> yang terpercaya dan memberikan kualitas terbaik dari segi mutu maupun pelayanan terhadap konsumen”.....	46
4.2 Data Hasil Responden.....	47
4.2.1 Identitas Responden.....	47

Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Kelas Yang Diduduki Responden.....	47
4.2.2 Hasil Nilai Mean.....	48
4.2.3 Data hasil penelitian variabel X (Kredibilitas).....	49
4.2.4 Data Hasil Penelitian Variabel Y (Citra).....	54
4.3 Analisis Data Statistik.....	58
4.3.1 Analisis Data Statistik.....	58
4.3.2 Koefisien Korelasi.....	59
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi.....	61
4.3.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	61
BAB V.....	63
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
5.1.1 Pembahasan Penelitian.....	63
5.1.2 Hasil Penelitian Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> (Variabel X).....	64
5.1.3 Hasil Penelitian Citra Lazada (Variabel Y).....	66
5.1.4 Hubungan Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Lee Min Ho dengan Citra Lazada.....	68
5.1.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	69
5.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	71
BAB VI.....	74
6.1 Kesimpulan.....	74
6.2 Saran.....	75

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
3.1 Skor Penilaian Pertanyaan	38
3.2 Operasional Variabel (X)	38
3.3 Operasional Variabel (Y)	40
3.4 Uji Validitas Variabel X (Kredibilitas)	43
3.5 Uji Validitas Variabel Y (Citra)	44
3.6 Tingkat Keandalan Cronbach Alpha	42
3.7 Uji Reliabilitas Variabel X (Kredibilitas)	46
3.8 Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra)	46
4.1 Tabel Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	47
4.2 Nilai Mean Variabel X (Kredibilitas)	47
4.3 Nilai Mean Variabel Y (Citra)	48
4.4 Mengakui Lee Min Ho Ahli Dalam Memikat Konsumen	49
4.5 Mengakui Lee Min Ho Ahli Dalam Menjadi <i>Brand Ambassador</i>	50
4.6 Mengakui Lee Min Ho Menyampaikan Pesan Dengan Baik	50
4.7 Mengakui Percaya Dengan Lee Min Ho	50
4.8 Mengakui Kepercayaan Kepada Lazada Meningkatkan Setelah Mengetahui Lee Min Ho Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	51
4.9 Mengakui Lee Min Ho Jujur Dalam Memasarkan Produk	51
4.10 Mengakui Menggunakan Aplikasi Lazada Karena Melihat Lee Min Ho Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	52
4.11 Mengakui Merasakan Hal Positif Setelah Menerima Informasi Dari Lee Min Ho	52

4.12 Mengakui Promosi Iklan Lazada Lebih Menarik Ketika Lee Min Ho Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	53
4.13 Saya Dapat Merasakan Tanggung Jawab Yang Diberikan Lazada	53
4.14 Saya Mengakui Bahwa Lazada Menawarkan Produk Dengan Harga Terjangkau	54
4.15 Saya Mengakui Bahwa Lazada Menjual Produk <i>Original</i>	54
4.16 Saya Mengakui Lazada Unggul Dalam Segi Kualitas Pelayanan	55
4.17 Saya Mengakui Semakin Percaya Dengan Aplikasi Lazada Setelah Lee Min Ho Menjadi <i>Brand Ambassador</i>	55
4.18 Saya Mengakui Lazada Memiliki Nilai Lebih Dibandingkan Dengan <i>E-Commerce</i> Lain	56
4.19 Saya Mengakui Lazada <i>E-Commerce</i> Terpercaya Karena Minim Penipuan	56
4.20 Saya Merasa Nyaman Melakukan Transaksi Pada Aplikasi Lazada	57
4.21 Rentang Presentase	57
4.22 Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif	58
4.23 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	58
4.24 Koefisien Korelasi	59
4.25 Uji Koefisien Determinasi	60
4.26 Hasil Uji t Hitung	61

DAFTAR GAMBAR

1.1 Tingkat Kunjungan Lazada Periode 2015.....	3
1.2 Tingkat Kunjungan Lazada Periode 2018	3
1.3 Jumlah Kunjungan E-Commerce Periode 2019	4
2.1 Kerangka Pemikiran.....	30

