

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II .....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Grand Teori .....	8
2.2.1 <i>Hierarchy of effect Model</i> .....	8
2.3 Teori Pendukung.....	12
2.3.1 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing Communication</i> ) 12	12
2.3.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	14

2.3.3.1	Peran <i>Brand Ambassador</i> .....	15
2.3.4	Teori Kredibilitas .....	16
2.3.4.1	Indikator kredibilitas.....	16
2.3.5	Citra Merek .....	17
2.3.5.1	Indikator Citra Merek .....	18
2.3.6	Minat beli.....	19
2.3.7	Indikator Pengukuran Minat Beli .....	20
2.3.8	Tahapan Minat Beli .....	21
2.3.9	Hubungan Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat beli .....	22
2.3.10	Hubungan Brand Image terhadap Minat beli .....	22
2.4	Kerangka Pemikiran.....	22
2.5	Hipotesis.....	23
<b>BAB III.....</b>		<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	25
3.2	Metode Penelitian .....	25
3.3.1	Jenis Data.....	26
3.3.2	Cara Memperoleh Data.....	26
3.4	Bahan Penelitian .....	27
3.4.1	Obyek Penelitian .....	27
3.4.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.5	Sumber Data.....	27
3.5.1	Populasi .....	27
3.5.2	Sampel .....	27
3.6	Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	29
3.8	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.9	Validitas dan Reabilitas.....	31
3.9.1	Validitas.....	31
3.9.2	Reabilitas .....	34
3.10	Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV.....</b>		<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>37</b>

4.1	Gambaran Umum Tokopedia .....	37
4.1.1	Visi, Misi, & Nilai Tokopedia.....	38
4.2	Data Penelitian.....	39
4.2.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2.2	Karakteristik Tanggapan Responden.....	40
4.2.3	Hasil Pernyataan Variabel X1 (Kredibilitas BTS Sebagai <i>Brand ambassador</i> ) .....	41
4.2.4	Hasil Pernyataan Variabel X2 (Citra Merek Tokopedia).....	43
4.2.5	Hasil Pernyataan Variabel Y (Minat Beli Pada Penggemar BTS (ARMY) Pengikut twitter @indomyfess) .....	45
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
4.4	Pengujian Hipotesis .....	49
4.4.1	Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	49
4.4.2	Uji Simultan (Uji F).....	50
4.4.3	Uji Parsial (Uji t).....	51
<b>BAB V</b>	.....	<b>53</b>
<b>PEMBAHASAN</b>	.....	<b>53</b>
5.1	Pembahasan.....	53
5.1.1	Hubungan Kredibilitas Brand Ambssador terhadap Minat Beli.....	56
5.1.2	Hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	57
5.1.3	Hubungan Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> dan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	58
<b>BAB VI</b>	.....	<b>60</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>60</b>
6.1	Kesimpulan.....	60
6.2	Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>67</b>

Universitas  
**Esa Unggul**

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 21

Universitas  
**Esa Unggul**

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Pengunjung *E-commerce* di Indonesia ..... 1  
Gambar 2.1 *Hierarchy of effect Model* ..... 8

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 3.1 Skala Likert.....	26
Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1 .....	33
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2 .....	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	34
Tabel 3.6 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> .....	35
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas .....	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	39
Tabel 4.2 Usia Responden .....	39
Tabel 4.3 Kategori Skala.....	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kredibilitas.....	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	43
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....	45
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data .....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	48
Tabel 4.9 Uji Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	51