

DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2 Grand Teori</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2.1. Hierarchy of Effect Model</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3 Teori Pendukung</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.1 Pengertian Komunikasi</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.2 Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>13</b>
<b>2.3.3 Teori Kredibilitas</b> .....	<b>13</b>
<b>2.3.4 Daya Tarik</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.5 Brand Ambassador</b> .....	<b>18</b>
<b>2.3.6 Minat Beli</b> .....	<b>21</b>

2.3.7	Hubungan Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i> dengan Minat Beli	25
2.4	Kerangka Berpikir .....	26
2.5	Hipotesis .....	27
BAB III	.....	28
METODE PENELITIAN	.....	28
3.1	Paradigma Penelitian .....	28
3.2	Metode Penelitian .....	28
3.3	Jenis Data dan Cara Memperoleh Data .....	29
3.3.1	Jenis Data .....	29
3.3.2	Cara Memperoleh Data .....	29
3.4	Bahan Penelitian .....	30
3.5	Sumber Data .....	30
3.5.1	Populasi .....	30
3.5.2	Sampel .....	31
3.6	Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.8	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.9	Validitas dan Reabilitas .....	39
3.9.1	Validitas .....	39
3.9.2	Realibilitas .....	41
3.10	Teknik Analisis Data .....	43
BAB IV	.....	45
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	45
4.2.2	Karakteristik Tanggapan Responden .....	47
BAB V	.....	58
PEMBAHASAN	.....	58
5.1	Pembahasan .....	58
5.1.1	Daya Tarik Brand Ambssador .....	59
5.1.2	Minat Beli .....	59
5.1.3	Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador (Variabel X) Terhadap Minat Beli (Variabel Y) .....	60
5.2	Hipotesis .....	60

<b>BAB VI.....</b>	<b>62</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>6.2 Saran.....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 3.1 Skala Ordinal.....	29
Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	32
Tabel 3.3 Desain Pengukuran Instrumen .....	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	41
Tabel 3.6 Nilai Cronbach Alpha .....	42
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas .....	43
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	46
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	46
Tabel 4. 17 Rentang Persentase.....	51
Tabel 4. 18 Tabel Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 4. 19 Nilai Mean Variabel X1 (Daya Tarik Brand Ambassador).....	52
Tabel 4. 20 Nilai Mean Variabel Y (Minat Beli pada Scarlett).....	53
Tabel 4. 21 Uji Normalitas Data .....	54
Tabel 4. 22 Uji Koefisien Korelasi.....	54
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	55
Tabel 4. 24 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	56
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Brand Ambassador Scarlett.....2

Gambar 4. 1 Logo Scarlett..... 45