

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
ABSTRAK	II
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR GAMBAR.....	V
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori AISAS	11
2.3 Brand ambassador.....	13
2.4 Sales promotion	15
2.5 Loyalitas Konsumen	17
2.6 Operasionalisasi Variabel	18
2.7 Kerangka Berpikir	20
2.8 Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
5.1 Metode Penelitian	21
5.2 Bahan Penelitian	22
5.2.1 Objek Penelitian	22
5.2.2 Sumber Data.....	22
5.3 Sumber Data Populasi dan Sampel.....	22
5.3.1 Populasi.....	22
5.3.2 Sampel.....	23

3.4	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
3.5.1	Validitas	26
3.5.2	Reliabilitas	28
3.6	Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		32
4.1	Hasil Nilai Mean.....	32
4.1.1	Hasil Nilai Mean X1	32
4.1.2	Hasil Nilai Mean X2	32
4.1.3	Hasil Nilai Mean Y	33
4.1.4	Validitas	33
4.1.5	Reliabilitas	34
4.2	Uji Regresi Linear Berganda	34
4.3	Uji T.....	35
4.4	Analisis Korelasi.....	36
4.4.1	Analisis Korelasi Berganda.....	36
4.4.2	Koefisien Determinasi.....	36
BAB V PEMBAHASAN		37
5.1	Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Terhadap Loyalitas konsumen ..	37
5.2	Pengaruh Kualitas Sales Promotion Terhadap Loyalitas konsumen	38
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		40
6.1	Kesimpulan.....	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 5 Brand Korea Terbanyak	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 3. 1 Hasil Uji Validitas	28
Gambar 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas	30
Gambar 4. 1 Uji Reliabilitas.....	34
Gambar 4. 2 Uji Regresi Linear Berganda.....	34
Gambar 4. 3 Analisi Korelasi.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	20
Tabel 3. 1 Uji Validitas	28
Tabel 3. 2 Tingkat Keandalan Cronbach Alpha Menurut Hair et.al (2007)	29
Tabel 4. 1 Hasil Mean X1	32
Tabel 4. 2 Hasil Mean X2	32
Tabel 4. 3 Hasil Mean Y	33
Tabel 4. 4 Uji Validitas	34