

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Perumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Manajemen	15
2.1.1 Pengertian Manajemen	15
2.1.2 Fungsi Manajemen	16
2.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Karakteristik Manajemen Pemasaran.....	18
2.3 Brand Ambassador	19

2.3.1	Pengertian Brand Ambassador	19
2.4	Brand Image	21
2.4.1	Pengertian Brand Image	21
2.5	Keputusan Pembelian.....	23
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.6	Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
2.6.1	Pengaruh antara Brand Ambassador dengan Keputusan Pembelian.....	30
2.6.2	Pengaruh antara Brand Image dengan Keputusan Pembelian.....	31
2.7	Kerangka Pemikiran.....	32
2.8	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.1.1	Pendekatan.....	33
3.1.2	Metode Penelitian.....	33
3.1.3	Tingkat Ekplanasisnya	33
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	36
3.2.2	Waktu Penelitian	36
3.3	Operasional Variabel.....	37
3.3.1	Definisi Konseptual.....	37
3.4	Definisi Operasional.....	37
3.4.1	Alat Ukur.....	38
3.4.2	Cara Mengukur.....	39
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	42
3.5.1	Populasi Penelitian	42
3.5.2	Sampel Penelitian.....	42
3.5.3	Teknik Sampling	43
3.6	Pengumpulan Data Penelitian	44
3.6.1	Sumber Data Penelitian.....	44
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.3	Instrumen Penelitian	45
3.6.3.1	Uji Validitas	46

3.6.3.2 Uji Realibilitas.....	46
3.7 Analisis Verifikatif.....	48
3.8 Analisis Data	49
3.8.1 Rancangan Analisis.....	49
3.8.1.1 Analisis Deskriptif	49
3.8.2 Uji Hipotesis	51
3.8.2.1 Koefisien Determinasi.....	51
3.8.2.2 Uji Parsial.....	51
3.8.2.3 Uji Simultan	52
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Profil Lokus Penelitian.....	54
4.1.2 Profil Responden.....	55
4.1.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.1.3.1 Uji Validitas	57
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	59
4.1.3.3 Uji Normalitas	60
4.1.4 Analisis Deskriptif	61
4.1.4.1 Brang Ambassador	62
4.1.4.1.1 Rekapitulasi Brand Ambassador	87
4.1.4.2 Brand Image	90
4.1.4.2.1 Rekapitulasi Brand Image	109
4.1.4.3 Keputusan Pembelian.....	111
4.1.4.3.1 Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....	131
4.1.5 Analisis Verifikatif, Uji Model, dan Uji Hipotesis	131
4.1.5.1 Analisis Korelasi	133
4.1.5.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	134
4.1.5.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	139
4.1.5.4 Pengujian Hipotesis.....	140
4.2 Pembahasan Penelitian.....	145
4.2.1 Pembahasan Deskriptif.....	145
4.2.2 Pembahasan Verifikatif.....	146

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	151
LAMPIRAN.....	155
RIWAYAT HIDUP	177



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	36
Tabel 3.2 Operasional Variabel	40
Tabel 3.3 Perhitungan Sampling	44
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	49
Tabel 3.5 Rentang Skala	50

Tabel 4.1 Profil Responden	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Brand Image	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.7 Respon Mengenai Pertanyaan	62
Tabel 4.8 Respon Mengenai Pertanyaan	63
Tabel 4.9 Respon Mengenai Pertanyaan	64
Tabel 4.10 Responden Mengenai Pertanyaan	66
Tabel 4.11 Respon Mengenai Pertanyaan	67
Tabel 4.12 Respon Mengenai Pertanyaan	69
Tabel 4.13 Respon Mengenai Pertanyaan	76
Tabel 4.14 Respon Mengenai Pertanyaan	77
Tabel 4.15 Respon Mengenai Pertanyaan	78
Tabel 4.16 Respon Mengenai Pertanyaan	80
Tabel 4.17 Respon Mengenai Pertanyaan	81
Tabel 4.18 Respon Mengenai Pertanyaan	82
Tabel 4.19 Respon Mengenai Pertanyaan	83
Tabel 4.20 Respon Mengenai Pertanyaan	86
Tabel 4.21 Respon Mengenai Pertanyaan	86
Tabel 4.22 Rekapitulasi Variabel Brand Ambassador	88
Tabel 4.23 Respon Mengenai Pertanyaan	90
Tabel 4.24 Respon Mengenai Pertanyaan	91
Tabel 4.25 Respon Mengenai Pertanyaan	92
Tabel 4.26 Respon Mengenai Pertanyaan	93
Tabel 4.27 Respon Mengenai Pertanyaan	95
Tabel 4.28 Respon Mengenai Pertanyaan	96
Tabel 4.29 Respon Mengenai Pertanyaan	97
Tabel 4.30 Respon Mengenai Pertanyaan	99
Tabel 4.31 Respon Mengenai Pertanyaan	100
Tabel 4.32 Respon Mengenai Pertanyaan	101
Tabel 4.33 Respon Mengenai Pertanyaan	103
Tabel 4.34 Respon Mengenai Pertanyaan	104
Tabel 4.35 Respon Mengenai Pertanyaan	105
Tabel 4.36 Respon Mengenai Pertanyaan	107
Tabel 4.37 Respon Mengenai Pertanyaan	108
Tabel 4.38 Rekapitulasi Variabel Brand Image	110
Tabel 4.39 Respon Mengenai Pertanyaan	112
Tabel 4.40 Respon Mengenai Pertanyaan	113
Tabel 4.41 Respon Mengenai Pertanyaan	114
Tabel 4.42 Respon Mengenai Pertanyaan	116
Tabel 4.43 Respon Mengenai Pertanyaan	117
Tabel 4.44 Respon Mengenai Pertanyaan	118
Tabel 4.45 Respon Mengenai Pertanyaan	119
Tabel 4.46 Respon Mengenai Pertanyaan	121
Tabel 4.47 Respon Mengenai Pertanyaan	122
Tabel 4.48 Respon Mengenai Pertanyaan	123

Tabel 4.49 Respon Mengenai Pertanyaan	124
Tabel 4.50 Respon Mengenai Pertanyaan	126
Tabel 4.51 Respon Mengenai Pertanyaan	127
Tabel 4.52 Respon Mengenai Pertanyaan	128
Tabel 4.53 Respon Mengenai Pertanyaan	130
Tabel 4.54 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	131
Tabel 4.55 Analisis Korelasi	133
Tabel 4.56 Koefisien	134
Tabel 4.57 Koefisien	136
Tabel 4.58 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	137
Tabel 4.59 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	138
Tabel 4.60 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	139
Tabel 4.61 Koefisien Determinasi	139
Tabel 4.62 Pengaruh Secara Parsial	141
Tabel 4.63 Pengujian Pengaruh Parsial	142
Tabel 4.64 Pengujian Pengaruh Parsial	143
Tabel 4.65 Perhitungan Nilai F	144
Tabel 4.66 Pengujian Simultan	145



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Lokal Terlaris.....	2
Gambar 1.2 Fluktuasi Penjualan MS GLOW.....	3
Gambar 1.3 Brand Ambassador MS GLOW.....	5
Gambar 1.4 Data Akun Instagram.....	6
Gambar 1.5 Brand Skincare Terlaris.....	8
Gambar 1.6 Brand Perawatan Wajah.....	9
Gambar 2.1 Model Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Desai Penelitian.....	34
Gambar 3.2 Analisis Jalur.....	48
Gambar 4.1 Logo MS GLOW.....	54
Gambar 4.2 Barscale X1.1.....	63
Gambar 4.3 Barscale X1.2.....	64

Gambar 4.4 Barscale X1.3.....	65
Gambar 4.5 Barscale X1.4.....	67
Gambar 4.6 Barscale X1.5.....	68
Gambar 4.7 Barscale X1.6.....	75
Gambar 4.8 Barscale X1.7.....	77
Gambar 4.9 Barscale X1.8.....	78
Gambar 4.10 Barscale X1.9.....	79
Gambar 4.11 Barscale X1.10.....	80
Gambar 4.12 Barscale X1.11.....	82
Gambar 4.13 Barscale X1.12.....	83
Gambar 4.14 Barscale X1.13.....	84
Gambar 4.15 Barscale X1.14.....	86
Gambar 4.16 Barscale X1.15.....	87
Gambar 4.17 Barscale Rekapitulasi Brand Ambassador.....	89
Gambar 4.18 Barscale X2.1.....	91
Gambar 4.19 Barscale X2.2.....	92
Gambar 4.20 Barscale X2.3.....	93
Gambar 4.21 Barscale X2.4.....	94
Gambar 4.22 Barscale X2.5.....	96
Gambar 4.23 Barscale X2.6.....	97
Gambar 4.24 Barscale X2.7.....	98
Gambar 4.25 Barscale X2.8.....	100
Gambar 4.26 Barscale X2.9.....	101
Gambar 4.27 Barscale X2.10.....	102
Gambar 4.28 Barscale X2.11.....	104
Gambar 4.29 Barscale X2.12.....	105
Gambar 4.30 Barscale X2.13.....	106
Gambar 4.31 Barscale X2.14.....	108
Gambar 4.32 Barscale X2.15.....	109
Gambar 4.33 Barscale Rekapitulasi Brand Image.....	111
Gambar 4.34 Barscale Y.1.....	113
Gambar 4.35 Barscale Y.2.....	114
Gambar 4.36 Barscale Y.3.....	115
Gambar 4.37 Barscale Y.4.....	116
Gambar 4.38 Barscale Y.5.....	118
Gambar 4.39 Barscale Y.6.....	119
Gambar 4.40 Barscale Y.7.....	120
Gambar 4.41 Barscale Y.8.....	122
Gambar 4.42 Barscale Y.9.....	123
Gambar 4.43 Barscale Y.10.....	124
Gambar 4.44 Barscale Y.11.....	125
Gambar 4.45 Barscale Y.12.....	127
Gambar 4.46 Barscale Y.13.....	128
Gambar 4.47 Barscale Y.14.....	129
Gambar 4.48 Barscale Y.15.....	131
Gambar 4.49 Barscale Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....	132
Gambar 4.50 Hubungan antara Brand Ambassador dan Brand Image.....	133
Gambar 4.51 Koefisien Jalur X1 dan Y.....	135

Gambar 4.52 Koefisien Jalur X_2 dan Y	135
Gambar 4.53 Analisis Jalur.....	137



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	155
Lampiran 2 Data Hasil Responden.....	166
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-smirnov Test</i>	169
Lampiran 4 Rekapitulasi Variabel Brand Ambassador (X1).....	169
Lampiran 5 Rekapitulasi Variabel Brand Image (X2).....	171
Lampiran 6 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	172
Lampiran 7 Tabel Korelasi.....	173
Lampiran 8 Tabel Koefisien.....	173
Lampiran 9 Hasil Pengujian Analisis Jalur Secara Keseluruhan.....	173
Lampiran 10 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Parsial.....	174
Lampiran 11 Hasil Perhitungan Nilai F.....	174
Lampiran 12 Pengecekan Turnitin.....	175

