

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	7
G. Hipotesis.....	9
H. Hasil penelitian Terdahulu.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen.....	16
B. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	17
C. Brand Ambassador.....	19
D. Keputusan Pembelian.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel.....	36

C. Jenis dan Sumber data	37
D. Variabel Penelitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Analisis Data.....	32
G. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
1. Sejarah Perusahaan	53
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	53
B. Hasil Penelitian	54
1. Karakteristik Responden	54
2. Analisa Data Statistik Deskriptif	56
3. Hasil Uji Validitas	80
4. Hasil Uji Reliabilitas.....	82
5. Hasil Regresi Linier Berganda	83
6. Hasil Uji Hipotesis.....	85
7. Pembahasan Hasil Penelitian	89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA.....	100
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Belanja Iklan di E-Commerce Per Kuartal 1-3 2019	4
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.1 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	17
Tabel 3.1 Operasioanal Variabel.....	34
Tabel 3.2 Kriteria Interpretasi Koefesien Realibilitas.....	41
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas Asal.....	55
Tabel 4.4 Tanggapan Pernyataan ke-1	56
Tabel 4.5 Tanggapan Pernyataan ke-2	57
Tabel 4.6 Tanggapan Pernyataan ke-3	57
Tabel 4.7 Tanggapan Pernyataan ke-4	58
Tabel 4.8 Tanggapan Pernyataan ke-5	59
Tabel 4.9 Tanggapan Pernyataan ke-6	59
Tabel 4.10 Tanggapan Pernyataan ke-7	60
Tabel 4.11 Tanggapan Pernyataan ke-8	61
Tabel 4.12 Tanggapan Pernyataan ke-9	62
Tabel 4.13 Tanggapan Pernyataan ke-10	63
Tabel 4.14 Tanggapan Pernyataan ke-11	63
Tabel 4.15 Tanggapan Pernyataan ke-12	64
Tabel 4.16 Tanggapan Pernyataan ke-13	65
Tabel 4.17 Tanggapan Pernyataan ke-14	66
Tabel 4.18 Tanggapan Pernyataan ke-15	67
Tabel 4.19 Tanggapan Pernyataan ke-15	68

Tabel 4.20 Tanggapan Pernyataan ke-16	69
Tabel 4.21 Tanggapan Pernyataan ke-17	69
Tabel 4.22 Tanggapan Pernyataan ke-18	69
Tabel 4.23 Tanggapan Pernyataan ke-19	70
Tabel 4.24 Tanggapan Pernyataan ke-20	71
Tabel 4.25 Tanggapan Pernyataan ke-21	71
Tabel 4.26 Tanggapan Pernyataan ke-22	72
Tabel 4.27 Tanggapan Pernyataan ke-23	73
Tabel 4.28 Tanggapan Pernyataan ke-24	74
Tabel 4.29 Tanggapan Pernyataan ke-25	75
Tabel 4.30 Tanggapan Pernyataan ke-26	75
Tabel 4.31 Tanggapan Pernyataan ke-27	76
Tabel 4.32 Tanggapan Pernyataan ke-28	77
Tabel 4.33 Tanggapan Pernyataan ke-29	78
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Validasi <i>Brand Ambassador</i>	80
Tabel 4.35 Hasil Pengujian Validasi Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i>	82
Tabel 4.37 Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	83
Tabel 4.38 Hasil Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.39 Hasil Uji t	86
Tabel 4.40 Hasil Uji f.....	88
Tabel 4.41 Hasil Analisis Determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung terbesar	4
Gambar 1.2 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	5
Gambar 1.3 Kerangka Berpikir	9
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	26

