

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERTANYAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENELITI	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Kajian Pustaka	14
B. Konsep dan Teori	21
1. Manajemen Pemasaran	21
2. <i>Brand Image</i>	24
3. <i>Brand Ambassador</i>	31
4. <i>Word Of Mouth</i>	34
5. Keputusan Pembelian	38
C. Kerangka Berpikir	42
D. Hipotesis	47
E. Model Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49

A. Metode dan Pendekatan.....	49
1. Metode Penelitian.....	49
2. Pendekatan Penelitian.....	50
B. Jenis dan Sumber Data	51
1. Jenis data	51
2. Sumber Data	51
C. Populasi dan Sampel Penelitian	53
1. Populasi	53
2. Sampel Penelitian	53
D. Operasional Variabel.....	56
1. Variabel Penelitian.....	56
2. Operasional Variabel	56
E. Teknik Pengumpulan Data	60
F. Teknik Analisis Data.....	61
1. Analisis Deskriptif.....	61
2. Uji Korelasi	62
3. Uji Validasi	62
4. Uji Reliabilitas.....	64
5. Analisis Regresi Linear Berganda	66
6. Uji Hipotesis.....	67
7. Koefisien Determinasi (R^2)	68
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	69
1. Jadwal Penelitian	69
2. Tempat Penelitian	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
A. Hasil Penelitian	70
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	70
2. Deskripsi Karakteristik Responden	77
3. Statistik Deskripsi Variabel	80
4. Hasil Uji Instrumen	90
5. Analisis Regresi Berganda.....	95

6. Hasil Uji Hipotesis	97
7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	100
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	101
BAB V PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	117

