

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	9
1. Identifikasi Masalah.....	9
2. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Konsep dan Teori	16

1. Manajemen.....	16
2. Manajemen Pemasaran.....	21
3. <i>Brand Ambassador</i>	22
4. <i>Brand Awareness</i>	26
5. Keputusan Pembelian.....	27
C. Kerangka Berpikir	30
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian...	30
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	31
3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	32
D. Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Metode dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Jenis dan Sumber Data	36
1. Data Primer	36
2. Data Sekunder	37
C. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
D. Operasional Variabel Penelitian	40
1. Variabel Penelitian	40
2. Operasionalisasi Variabel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Studi Kepustakaan.....	44
2. Studi Lapangan.....	44

F. Teknik Analisis Data	46
1. Analisis Data Deskriptif.....	47
2. Uji Instrumen	48
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4. Uji Korelasi	51
5. Uji Hipotesis	51
6. Koefisien Determinasi.....	53
G. Lokasi dan Jadwal Penelitian	54
1. Lokasi Penelitian.....	54
2. Jadwal Penelitian.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Perusahaan	56
1. Sejarah Berdirinya PT. Paragon <i>Technology and Innovation</i> (Wardah Kosmetik).....	56
2. Struktur Organisasi PT. Paragon <i>Technology and Innovation</i> (Wardah Kosmetik).....	61
B. Analisis Data	62
1. Analisis Data Deskriptif.....	62
2. Uji Instrumen Data Penelitian	78
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4. Uji Korelasi	85
5. Uji Hipotesis	88
6. Uji Koefisien Determinasi R^2	96
C. Pembahasan Penelitian	98

1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kecamatan Cibiru).....	98
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kecamatan Cibiru).....	101
3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1) dan <i>Brand Awareness</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kecamatan Cibiru).....	105
BAB V PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	111
1. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	111
2. Bagi Perusahaan.....	111
3. Bagi Konsumen.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	117
Lampiran 1: SK Skripsi dan Formulir Bimbingan Skripsi.....	117
A. SK Skripsi.....	117
B. Formulir Bimbingan Skripsi.....	118
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 3: Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian.....	122
1. Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_1).....	122
2. Variabel <i>brand awareness</i> (X_2).....	125
3. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	128
Lampiran 4: Distribusi r_{tabel} , t_{tabel} , f_{tabel}	131

A. Distribusi Nilai r_{tabel}	131
B. Distribusi Nilai t_{tabel}	132
C. Distribusi Nilai F_{tabel}	133
Lampiran 5: Hasil Uji SPSS Tiap Analisis	136
A. Hasil Uji Validitas.....	136
B. Uji Reliabilitas	139
C. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t (Parsial).....	141
D. Hasil Uji Korelasi Parsial.....	141
E. Hasil Uji Korelasi Berganda	141
F. Hasil Uji f (Simultan).....	142
G. Hasil Uji Koefisien Determinasi	142

