

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kajian Penelitian Terdahulu	12
B. Konsep dan Teori	15
1. Manajemen	15
2. Manajemen Pemasaran	19
3. Brand Ambassador	21
4. Afiliasi	23
5. Citra Merek	24
6. Keputusan Pembelian	28
C. Kerangka Berpikir	30
1. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian	30
2. Pengaruh Afiliasi Terhadap Keputusan Pembelian	31
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31

4. Pengaruh Brand Ambassador, Afiliasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
D. Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Metode dan Pendekatan Penelitian	36
B. Jenis Data dan Sumber Data	37
1. Jenis Data	37
2. Sumber Data	38
C. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
D. Variabel Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Deskripsi Data	55
C. Hasil Analisis Data	65
D. Pembahasan	78
BAB V PENUTUPAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91