

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
<i>CURICULUM VITAE</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Asumsi Penelitian.....	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Brand Ambassador</i>	7
2.1.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	7
2.1.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	7
2.2 <i>Brand Trust</i>	8
2.2.1. Pengertian <i>Brand Trust</i>	8
2.2.2. Indikator <i>Brand Trust</i>	9
2.3 Keputusan Pembelian	9
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.3.2. Indikator Keputusan Pembelian	10
2.4 Hubungan Antar Variabel	11
2.4.1. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Pada keputusan Pembelian	11
2.4.2. Hubungan <i>Brand Trust</i> Pada Keputusan Pembelian	11
2.5 Penelitian terdahulu	12
2.6 Kerangka Berpikir	17
2.7 Hipotesis	18

BAB III : METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Definisi Operasional Variabel	19
3.2.1. Skala Pengukuran Variabel	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1. Populasi	21
3.3.2. Sampel	22
3.4 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	23
3.4.1. Sumber Data	23
3.4.2. Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Metode Analisis Data	25
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	25
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	26
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.5.4. Analisis Determinasi (R)	29
3.5.5. Pengujian Hipotesis	29
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.2. Deskripsi Responden	33
4.1.3. Deskripsi Penilaian Resonden	35
4.2 Analisis Data	37
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	39
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.2.4. Koefisien Determinasi (R ²)	43
4.2.5. Uji Hipotesis	44
4.3 Pembahasan	45
 BAB V : PENUTUP	 50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN