

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
INTISARI.....	viii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2.1 <i>Brand Ambassador</i>	9
2.1.2 Persepsi Kualitas Produk.....	12
2.1.3 <i>Brand Image</i>	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.3	Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1	Pengaruh brand ambassador terhadap <i>brand image</i>	25
2.3.2	Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap <i>brand image</i>	26
2.3.3	Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap keputusan pembelian	27
2.3.4	Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian	28
2.3.5	Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian	29
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Populasi dan Sampel	31
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.3.1	Variabel Penelitian	33
3.3.2	Definisi Operasional	33
3.4	Jenis dan Sumber Data	35
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.6	Analisis Data	35
3.6.1	Uji Instrumen	36
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.6.4	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1.	Gambaran Umum Responden	45
4.2.	Statistik Deskriptif Responden	47
4.2.1.	Statistik Deskriptif Responden Brand Ambassador	48
4.2.2.	Statistik Deskriptif Responden Persepsi Kualitas Produk	50
4.2.3.	Statistik Deskriptif Responden Brand Image	52
4.2.4.	Statistik Deskriptif Responden Keputusan Pembelian	53

4.3.	Uji Instrumen	55
4.3.1.	Uji Validitas	55
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	56
4.4.	Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1.	Uji Normalitas	56
4.4.2.	Uji Multikolinearitas	58
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	59
4.5.	Koefisien Determinasi.....	60
4.6.	Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.6.1.	Analisis Regresi Linier Berganda Model 1	62
4.6.2.	Analisis Regresi Linier Berganda Model 2	63
4.7.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	65
4.7.1.	Uji t Model 1	65
4.7.2.	Uji t Model 2	65
4.8.	Uji F	66
4.9.	Uji Mediasi (Sobel Test)	67
4.9.1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> dalam Memediasi <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	68
4.9.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> dalam Memediasi Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	68
4.9.3.	Analisis Jalur (Path Analysis)	69
4.10.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	71
4.11.	Pembahasan.....	72
4.11.1.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Image</i>	72
4.11.2.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap <i>Brand Image</i>	73
4.11.3.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	75
4.11.4.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	76

	4.11.5. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	77
BAB V	PENUTUP	79
	5.1. Simpulan	79
	5.2. Saran.....	80
	5.3. Implikasi Manajerial	82
	5.4. Keterbatasan Penelitian.....	83
	5.5. Implikasi Penelitian.....	84
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Produk Foundation.....	4
Tabel 1. 2. Produk Blush On.....	5
Tabel 2. 1. Jurnal Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4. 1. Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	45
Tabel 4. 2. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 3. Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	46
Tabel 4. 4. Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	47
Tabel 4. 5. Statistik Deskriptif Brand Ambassador.....	48
Tabel 4. 6. Statistik Deskriptif Responden Persepsi Kualitas Produk	50
Tabel 4. 7. Statistik Deskriptif Responden Brand Image.....	52
Tabel 4. 8. Statistik Deskriptif Responden Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 9. Hasil Uji Analisis Faktor.....	55
Tabel 4. 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 11. Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model 1	57
Tabel 4. 12. Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model 2	57
Tabel 4. 13. Uji Multikolinearitas (model 1)	58
Tabel 4. 14. Uji Multikolinearitas (model 2)	58
Tabel 4. 15. Uji Heteroskedastisitas (model 1).....	59
Tabel 4. 16. Uji Heteroskedastisitas (model 2).....	59
Tabel 4. 17. Koefisien Determinasi (model 1).....	61
Tabel 4. 18. Koefisien Determinasi (model 2).....	61

Tabel 4. 19. Analisis Regresi Linier Berganda (model 1).....	62
Tabel 4. 20. Analisis Regresi Linier Berganda (model 2).....	63
Tabel 4. 21. ANOVA	66
Tabel 4. 22. ANOVA	67
Tabel 4. 23. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Pikir.....	30
Gambar 3.1 Model Analisis Path	43
Gambar 4.1 Jalur Analisis	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	92
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	99