

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Teori Perilaku Rencanaan/ <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2.2 Pembuatan Keputusan Pembelian	18
2.3 Citra Merek.....	22
2.4 Persepsi Harga	27
2.5 Implementasi <i>Brand Ambassador</i>	32
2.6 Kerangka Pemikiran	38
2.7 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional.....	42

3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	47
3.5.1 Uji Semantik.....	47
3.5.2 Uji Statistik.....	60
3.6 Teknik Analisis.....	62
3.6.1 Angka Index	62
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.7 Uji Hipotesis.....	66
BAB IV PEMBAHASAN.....	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	68
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	69
4.2 Angka Indeks.....	73
4.2.1 Angka Indeks Variabel Citra Merek	73
4.2.2 Angka Indeks Variabel Persepsi Harga.....	74
4.2.3 Angka Indeks Variabel Implementasi <i>Brand Ambassador</i>	75
4.2.4 Angka Indeks Variabel Pembuatan Keputusan Pembelian.....	75
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	76
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.3.3 Uji Kelayakan Model	82
4.4 Uji Hipotesis.....	84
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian	89
5.2 Implikasi Teori	90
5.3 Implikasi Manajerial.....	93

5.4 Keterbatasan Penelitian	96
5.5 Saran Penelitian Mendatang	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100