

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	19
2.2 Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.3 Kualitas Produk	25
2.4 Implementasi <i>Brand Ambassador</i>	30
2.5 Ulasan Konsumen <i>Online</i>	36
2.6 Kerangka Penelitian	42
2.7 Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	46

3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	50
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	50
3.5.1 Uji Semantik	50
3.5.2 Uji Statistik	61
3.6 Teknik Analisis.....	64
3.6.1 Angka Indeks	64
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	65
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	69
3.7 Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL DAN PEMBEHASAN.....	72
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	72
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	73
4.2 Angka Indeks.....	76
4.2.1 Angka Indeks Variabel Kualitas Produk	77
4.2.2 Angka Indeks Variabel Implementasi <i>Brand Ambassador</i>	78
4.2.3 Angka Indeks Variabel Ulasan Konsumen <i>Online</i>	79
4.2.4 Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian	80
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.3.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	88
4.4 Uji Hipotesis	89
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian	95
5.2 Implikasi Teoritis	99
5.3 Implikasi Manajerial.....	102
5.4 Keterbatasan Penelitian	108
5.5 Saran Penelitian Mendatang	108

DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	117