

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
1.3.3 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II.....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB).....	14
2.1.2 Promosi.....	16
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	18
2.1.4 Persepsi Harga .....	21
2.1.5 Minat Beli .....	24
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	26
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	29
2.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	29
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli .....	30

2.2.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	31
2.2.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
BAB III .....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	36
3.1.1 Variabel Penelitian .....	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel .....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	47
3.3.1 Data Primer .....	47
3.3.2 Data Sekunder .....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4.1 Kuesioner .....	48
3.5 Metode Analisis Data .....	49
3.5.1 Uji Statistik Instrumen Penelitian .....	49
3.5.2 Uji Model Analisis Data .....	52
BAB IV .....	57
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.1.2 Deskripsi Umum Responden .....	58
4.2. Analisis Data .....	60
4.2.1 Uji Validitas .....	60
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	61
4.2.3 Uji Validitas konstruk .....	62
4.2.4 Uji Reliabilitas Konstruk .....	64
4.2.5 Uji Multikolinearitas .....	64
4.3 Pengujian Hipotesis .....	66
4.3.1 Uji Hipotesis .....	66
4.3.2 Uji t .....	67
4.3.3 Uji F .....	68

4.3.4 Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	69
4.3.5 Uji <i>Indirect Effects</i> .....	71
4.4 Pembahasan .....	73
4.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	73
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli .....	73
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	73
4.4.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi teoritis.....	76
5.3 Implikasi Manajerial.....	79
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	82
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang .....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	94

