

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| COVER | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN KELULUSAN | iii |
| PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 13 |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 15 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.3.2. Manfaat Penelitian..... | 15 |
| 1.4. Sistematika Penulisan | 17 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 19 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 19 |
| 2.1.1. Brand Ambassador | 19 |
| 2.1.2. Promosi Penjualan | 24 |
| 2.1.3. Niat beli..... | 27 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| 2.3.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Niat Beli..... | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.2. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Niat Beli | 35 |
| 2.4. Model Penelitian..... | 38 |
| 2.5. Hipotesis Penelitian | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 40 |
| 3.1. Variabel Penelitian | 40 |
| 3.1.1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran | 41 |
| 3.2. Populasi dan Sampel..... | 42 |
| 3.2.1. Populasi..... | 42 |
| 3.2.2. Sampel..... | 43 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data..... | 43 |
| 3.3.1. Jenis Data | 43 |
| 3.3.2. Sumber Data..... | 43 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 44 |
| 3.4.1. Kuesioner | 44 |
| 3.4.2. Studi Pustaka..... | 45 |
| 3.5. Analisis Data | 45 |
| 3.5.1. Tahap Analisis Data..... | 45 |
| 3.5.2. Analisis Kuantitatif..... | 46 |
| 3.6. Metode Analisis Data..... | 47 |
| 3.6.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 48 |
| 3.6.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 48 |
| 3.7. Uji Hipotesis..... | 50 |
| BAB IV HASIL DAN ANALISIS | 52 |
| 4.1. Gambaran Objek Penelitian | 52 |
| 4.1.1. Profil NewJeans sebagai Brand Ambassador Produk Indomie | 52 |
| 4.1.2. Analisis <i>Outer Model</i> | 53 |
| 4.1.2.1. Uji Convergener Validity..... | 55 |
| 4.1.2.2. Uji Validitas Diskriminan | 57 |
| 4.1.2.3. Composite Reliability | 60 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.3. Analisis Inner Model | 61 |
| 4.1.3.1. Uji R-square (R ²) | 62 |
| 4.1.3.2. Uji Q-square (Q ²) dan GoF | 63 |
| 4.1.4. Uji Hipotesis..... | 64 |
| 4.2. Pembahasan..... | 65 |
| 4.3. Interpretasi Hasil | 65 |
| 4.3.1. Brand Ambassador Berpengaruh Positif terhadap Niat Beli..... | 65 |
| 4.3.2. Promosi Penjualan Berpengaruh Positif terhadap Niat Beli | 66 |
| 4.4. Deskripsi Responden Penelitian..... | 68 |
| 4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 68 |
| 4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 69 |
| 4.5. Metode Analisis..... | 70 |
| BAB V PENUTUP | 72 |
| 5.1. Kesimpulan | 72 |
| 5.2. Implikasi Teoritis..... | 73 |
| 5.3. Implikasi Manajerial..... | 74 |
| 5.4. Keterbatasan Penelitian..... | 75 |
| 5.5. Saran Penelitian Mendatang..... | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 81 |

FEB UNDIP