

## DAFTAR ISI

Halaman

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 .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
1.5 Sistematika Penulisan .....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	23
2.1.2 Potongan Harga .....	25
2.1.3 Minat Beli Ulang.....	27
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Hubungan antar Hubungan.....	34
2.3.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan Minat Beli.....	34
2.3.2 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan Keputusan Pembelian.....	35

2.3.3	Pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Beli Ulang .....	36
2.3.4	Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.3.5	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	39
2.5	Hipotesis.....	40
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 Variabel .....	42
3.2	Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1	Populasi .....	45
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	46
3.3.1	Data Primer .....	46
3.3.2	Data Sekunder .....	47
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4.1	Kuesioner .....	47
3.4.2	Studi Pustaka .....	48
3.5	Metode Analisis Data .....	49
3.5.1	Uji Validitas.....	49
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	50
3.5.3	<i>Structural Equation Modeling</i> .....	51
3.5.4	<i>Outer model</i> (Model Pengukuran) .....	52
3.5.5	<i>Inner model</i> (Model Struktural) .....	53
3.5.6	Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....		56
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	56
4.1.3	Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.4	Responden Berdasarkan Fakultas .....	58
4.1.5	Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	59

4.1.6 Responden Berdasarkan Lama Responden d Menggunakan Jasa.....	59
4.1.7 Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Jasa .....	60
4.2 Hasil Analisis Data .....	61
4.2.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) .....	61
4.2.2 Model Pengukuran / Outer Model.....	61
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	70
4.3 Interpretasi Hasil .....	74
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	74
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.3.3 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	75
4.3.4 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.3.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Implikasi Teoritis.....	79
5.3 Implikasi Manajerial .....	80
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	85
5.5 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN.....	91

