

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vii
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 Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	21
2.1.2 Brand Image	24
2.1.3 Kualitas Pelayanan	26
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Pengaruh Antar Variabel	33
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36

2.4	Kerangka Pemikiran	37
2.5	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.1.1	Definisi Variabel Penelitian	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.4	Metode Pengumpulan Data	45
3.5	Teknik Analisis.....	46
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		53
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.2	Gambaran Responden Penelitian	54
4.2	Hasil Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	59
4.2.1	Uji Normalitas Data	59
4.2.2	Identifikasi Outliers.....	60
4.2.3	Uji Multikolinearitas dan Singularitas	63
4.3	Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA)	65
4.3.1	Uji Validitas (Confirmatory Factor Analysis).....	65
4.3.2	Uji Reliabilitas	68
4.3.3	Analisis Full Model.....	70
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis	72
4.5	Pembahasan	74
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.5.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan 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	81
5.5	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		98



FEB UNDIP