

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Empiris	16
2.1.1 Grand Theory of Planned Behavior (TPB).....	16
2.1.2 Brand Image	21
2.1.3 Brand Ambassador	23
2.1.4 Penetapan Harga.....	25
2.1.5 Brand Trust.....	27
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	36

2.3.1 Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.2 Hubungan Brand Ambassador terhadap Brand Trust.....	37
2.3.3 Hubungan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.4 Hubungan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.5 Hubungan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.6 Hubungan Brand Ambassador, terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Trust secara Mediasi.....	43
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Populasi Dan Sampel	46
3.3 Jenis Dan Sumber Data	48
3.4 Metode Pengumpulan data.....	49
3.5 Variabel dan Indikator	50
3.6 Tehnik Analisis Data	51
3.7 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
3.8 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2 Karakteristik Responden	59
4.3 Analisis Kualitatif.....	63
4.4 Analisis Data Pengukuran <i>Outer Model</i>	73
4.5 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	79
4.6 Pemabahasan Interpretasi Hasil.....	92
BAB V PENUTUP.....	103

5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	105
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	116

