

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Rumusan Masalah .....	6
1.2 Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	7
1.2.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.2.2 Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	9
2.1.2 Citra Merek .....	10
2.1.2.1 Faktor –faktor Pembentuk citra merek .....	11
2.1.2.2 Dimensi citra merek .....	14
2.1.3 Persepsi Harga .....	15
2.1.3.1 Tujuan penetapan harga .....	15
2.1.3.2 Menyesuaikan harga .....	17
2.1.3.3 Indikator persepsi harga .....	19

2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku Konsumen .....	20
2.1.4.2 Proses pengambilan keputusan pembelian .	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.2.1 Hubungan <i>brand ambassador</i> terhadap keputusan pembelian .....	25
2.2.2 Hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian .....	27
2.2.3 Hubungan persepsi harga terhadap keputusan pembelian .....	29
2.2.4 Hubungan <i>brand ambassador</i> terhadap citra merek .....	30
2.2.5 Hubungan <i>brand ambassador</i> dan citra merek terhadap keputusan pembelian .....	31
2.2.6 Tabel penelitian terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran .....	34
2.4 Hipotesis .....	34

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian .....	35
3.2 Variabel Penelitian .....	35
3.2.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel .....	36
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
3.3.1 Populasi Penelitian .....	41
3.3.2 Sampel Penelitian .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5 Metode Analisis .....	44
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	44
3.5.2 Uji Instrumen Data .....	44
3.5.2.1 Uji Validasi .....	44

3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	46
3.5.4 Uji Hipotesis .....	51
3.5.5 Uji Korelasi Antar Dimensi .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Perusahaan .....	52
4.1.1 Gambaran umum perusahaan .....	52
4.1.2 Sejarah perusahaan .....	53
4.1.3 Lingkup dan bidang usaha .....	53
4.1.4 <i>Brand ambassador</i> .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	
4.2.1 Uji Kualitas Instrumen penelitian .....	52
4.2.2 Analisis Deskriptif .....	57
4.3 Hasil dan Pembahasan .....	65
4.3.1 Analisis pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap keputusan pembelian .....	66
4.3.2 Analisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian .....	68
4.3.3 Analisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian .....	69
4.3.4 Analisis pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap citra merek.....	70
4.3.5 Analisis pengaruh <i>brand ambassador</i> dan citra merek terhadap keputusan pembelian .....	71
4.3.6 Analisis korelasi antar dimensi .....	72
4.3.7 Implikasi manajerial .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>78</b>