

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Komunikasi Pemasaran	18
2.2.1 Bauran Promosi	20
2.3. Duta Merek (<i>Brand Ambassador</i>)	21
2.4. Perilaku Konsumen	26
2.4.1 Sikap dan Keterlibatan Konsumen	28
2.5. Keputusan Membeli Konsumen	30
2.5.1 Proses Keputusan Membeli Konsumen	32
2.6. Hipotesis Penelitian	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Paradigma Penelitian.....	36
3.2. Metode Penelitian.....	36
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	38
3.4. Definisi Konsep dan Operasional Konsep	39
3.4.1. Definisi Konsep.....	39
3.4.2. Operasional Konsep	44
3.5. Validitas dan Reliabilitas	50
3.5.1. Validitas	50
3.5.2. Reliabilitas	51
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.1 Data Primer	53
3.6.2. Data Sekunder	53
3.7. Teknik Analisa Data.....	54
3.7.1. Skala Likert	54
3.7.2. Skala Guttman	55
3.8. Analisa Regresi Linier Sederhana.....	56
3.8.1 Analisa Korelasi	57
3.8.2 Uji Hipotesis (Uji t).....	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 60
4.1. Gambaran Umum Bisnis Kue Kekinian.....	60
4.2. Hasil Penelitian	61
4.2.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.2.2 Produk Bogor Raincake	63
4.2.3 <i>Brand Ambassador</i> Shireen Sungkar	65

4.2.4 Karakteristik Responden	69
4.2.5 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas	74
4.2.5.1 Hasil Uji Validitas.....	74
4.2.5.2 Hasil Uji Reliabilitas	75
4.2.6 Hasil Uji Korelasi.....	76
4.2.7 Hasil Koefisien Determinasi (KD).....	77
4.2.8 Hasil Uji Analisa Regresi Linier	78
4.2.9 Hasil Uji t.....	79
4.2.10 Hasil Analisa Pertanyaan	81
4.2.10.1 Hasil Analisa Pertanyaan Umum	81
4.2.10.2 Hasil Analisa Responden	83
4.2.10.3 Hasil Analisa Penelitian <i>Brand Ambassador</i>	85
4.2.10.4 Hasil Analisa Penelitian Keputusan Membeli Konsumen	93
4.2.10.5 Hasil Wawancara Tambahan.....	101
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	104
4.3.1 Hasil Pengaruh	106
4.3.2 Keterlibatan <i>Brand Ambassador</i> Dengan Teori.....	107
4.3.3 Hasil dan Pembahasan Wawancara.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran.....	115
5.2.1 Saran Akademik.....	115
5.2.2 Saran Praktik	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	121