

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.3.1 Maksud Penelitian .....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu .....	13
2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi .....	15
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran .....	16
2.1.4 Tinjauan <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.1.5 Tinjauan Kredibilitas .....	22
2.1.6 Tinjauan Minat Beli .....	23
2.1.7 Tinjauan Komunitas <i>Online</i> .....	24

2.2	Kerangka Pemikiran .....	25
2.2.1	Kerangka Teoritis .....	25
2.2.2	Kerangka Konseptual .....	28
2.3	Hipotesis .....	31
2.3.1	Hipotesis Induk .....	32
2.3.2	Hipotesis Pendukung.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	Desain Penelitian .....	35
3.2	Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1	Populasi Penelitian .....	36
3.2.2	Sampel Penelitian.....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Studi Pustaka.....	38
3.3.2	Studi Lapangan.....	39
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5	Teknik Analisa Data .....	41
3.5.1	Uji Validitas .....	43
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.5.3	Uji Statistik Penelitian .....	45
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	46
3.6.2	Waktu Penelitian .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian .....	48
4.1.2	Deskripsi Responden Penelitian.....	57
4.1.3	Analisa Hasil Uji Validitas & Reliabilitas .....	59
4.1.4	Analisa Hasil Penelitian .....	61
4.2	Pembahasan .....	101
4.2.1	Daya Tarik <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Produk <i>Scarlett Whitening</i> .....	102

4.2.2	Keahlian <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	104
4.2.3	Kepercayaan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	106
4.2.4	Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Perhatian Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	108
4.2.5	Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Ketertarikan Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	110
4.2.6	Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keinginan Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	111
4.2.7	Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Tindakan Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	112
4.2.8	Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	114
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>118</b>
5.1	Kesimpulan.....	118
5.2	Saran.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>121</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>124</b>