DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

***ABTRACT* ..... iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah.....11

1.2.1 Identifikasi Masalah 11

1.2.2 Rumusan Masalah 11

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....12

1.3.1 Maksud Penelitian 12

1.3.2 Tujuan Penelitian.....12

1.4 Kegunaan Penelitian 13

1.4.1 Kegunaan Praktis.....13

1.4.2 Kegunaan Akademis 13

1.5. Lokasi dan waktu Penelitian 15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....16

2.1.1 *Brand Ambassador*.....16

2.1.1.1 Definisi *Brand Ambassdor*.....16

2.1.1.2 Karakteristik *Brand Ambassdor*.....17

2.1.1.3 Indikator *Brand Ambassador*.....18

2.1.2 *Brand Trust*.....18

2.1.2.1 Definisi *Brand Trust*.....18

2.1.2.2 Karakteristik *Brand Trust*.....20

2.1.2.3 Tipe-tipe Kepercayaan Merek.....21

2.1.2.4 Indikator *Brand Trust*.....22

2.1.3 Kepuasan Pembeli.....23

2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pembeli.....23

2.1.3.2 Tahap-Tahap Pembelian.....24

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pembeli.....27

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....28

2.2 Kerangka Pemikiran.....31

2.2.1 Pengaruh *brand ambassador Rian D'masiv* terhadap keputuasan pembelian.....32

2.2.2 Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian.....33

2.3 Hipotesis.....34

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....36

3.2 Metode Penelitian 37
3.2.1 Desain Penelitian 38
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 41
3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data 44
3.2.3.1 Sumber Data 44
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 45
3.2.3.2.1 Populasi 45
3.2.3.2.2 Sampel 45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 46
3.2.4.1 Uji Validitas 48
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 50
3.2.4.3 Uji MSI 52
3.2.5 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis 53
3.2.5.1 Rancangan Analisis 53
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif) 53
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 55
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Sejarah Perusahaan 65
4.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan 66
4.2 Karakteristik Responden 66
4.2.1 Jenis Kelamin Responden 66
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 67

4.3 Analisis Deskriptif 69
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel *Brand ambassador* (X_1) 69
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Transference* *70*
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Congruence*.....*72*
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Credibilitas* *74*
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Daya tarik.....76
4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kekuatan 78
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X_2).....80
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Achieving Result* 81
4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kehandalan 82
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kepedulian 83
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) 86
4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kemantapan Sebuah Produk.....87
4.3.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kebiasaan Dalam Membeli Produk 88
4.3.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Memberikan Rekomendasi Kepada orang Lain.....89
4.3.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Melakukan Pembelian Ulang 90
4.4 Analisis Verifikatif.....93
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....94
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik 95

4.4.2.1 Uji Normalitas 95
4.4.2.2 Pengujian Multikolinieritas 96
4.4.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas 97
4.5 Analisis Korelasi 99
4.5.1 Analisis Koefesien Determinasi 99
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 101
4.5.2.1 Uji Hipotesis Brand Ambasardor Terhadap Keputusan Pembelian 101
4.5.2.2 Uji Hipotesis Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian 102
4.5.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan 106
5.2 Saran.....107
DAFTAR PUSTAKA.....109
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Jeans artis series 4

Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Jacket Harrington 6

Tabel 1.3 Data Pra Survey Keputusan Pembelian 5

Tabel 1.4 Data Pra Survey *Brand Trust* 8

Tabel 1.5 Data Pra Survey *Brand Ambassador* 9

Tabel 1.6 Jadwal Pelakasanaan Kegiatan PenelitianDesain 15

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 28

Tabel 3.1 Desain Penelitian 41

Tabel 3.2 Opersaional Variabel 42

Tabel 3.3 Penetuan Skor Jawaban Kuisioner 45

Tabel 3.4 Interpertasi Nilai r 49

Tabel 3.5 Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas 52

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Konsumen 52

Tabel 3.7 Kriteria Pengklasifikasian Presentasi Skor Tanggapan Responden 55

Tabel 3.8 Tingkat Keeratan Korelasi 61

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden 66

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia 67

Tabel 4.3 Pernyataan indikator *Transference* 68

Tabel 4.4 Skor Persentase Indikator *Brand ambassador* 69

Tabel 4.5 Pengkategorian Skor Jawaban 69

Tabel 4.6 Pernyataan indikator *Congruence* 70

Tabel 4.7 Skor Persentase Indikator *Congruence* 70

Tabel 4.8 Pengkategorian Skor Jawaban.....71

Tabel 4.9 Pernyataan indikator *Credibilitas*.....*72*

Tabel 4.10 Skor Persentase Indikator *Credibilitas*.....*73*

Tabel 4.11 Pengkategorian Skor Jawaban.....73

Tabel 4.12 Pernyataan indikator Daya tarik.....74

Tabel 4.13 Skor Persentase Indikator Daya Tarik.....74

Tabel 4.14 Pengkategorian Skor Jawaban.....75

Tabel 4.15 Pernyataan indikator Kekuatan 76

Tabel 4.16 Skor Persentase Indikator Kekuatan 76

Tabel 4.17 Pengkategorian Skor Jawaban.....76

Tabel 4.18 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel *Brand Ambasador* (X_1).....77

Tabel 4.19 Pernyataan indikator *Achieving Result*.....*78*

Tabel 4.20 Skor Persentase Indikator *Achieving Result*.....*79*

Tabel 4.21 Pengkategorian Skor Jawaban.....79

Tabel 4.22 Pernyataan indikator Kehandalan 80

Tabel 4.23 Skor Persentase Indikator Kehandalan.....81

Tabel 4.24 Pengkategorian Skor Jawaban.....81

Tabel 4.25 Pernyataan indikator Kepedulian 81

Tabel 4.26 Skor Persentase Indikator Kepedulian 82

Tabel 4.27 Pengkategorian Skor Jawaban.....82

Tabel 4.28 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada

Variabel Kepercayaan Merek(X_2) 83
Tabel 4.29 Pernyataan indikator Kemantapan sebuah produk 85
Tabel 4.30 Skor Persentase Indikator Kemantapan Sebuah Produk 85
Tabel 4.31 Pengkategorian Skor Jawaban 86
Tabel 4.32 Pernyataan indikator Kebiasaan Membeli Produk 86
Tabel 4.33 Skor Persentase Indikator Kemantapan Sebuah Produk 86
Tabel 4.34 Pengkategorian Skor Jawaban 87
Tabel 4.35 Pernyataan indikator Rekomendasi 87
Tabel 4.36 Skor Persentase Indikator 88
Tabel 4.37 Pengkategorian Skor Jawaban 88
Tabel 4.38 Pernyataan indikator Pembelian Ulang 88
Tabel 4.39 Skor Persentase Indikator 89
Tabel 4.40 Pengkategorian Skor Jawaban 89
Tabel 4.41 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Keputusan Pembelian(Y) 90
Tabel 4.42 Koefisien Regresi Berganda 91
Tabel 4.43 Uji Multikolinearitas 94
Tabel 4.44 Korelasi Antara X_1 dengan Y 96
Tabel 4.45 Korelasi Antara X_2 dengan Y 96
Tabel 4.46 Koefisien Determinasi 97
Tabel 4.47 Pengaruh Parsial Dengan Rumus Beta X Zero Order 98
Tabel 4.48 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) *Brand Ambasador* terhadap Keputusan Pembelian 99

Tabel 4.49 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....101

Tabel 4.50 ANOVA untuk uji simultan (Uji F) 103

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Gambar *Artis Series Cosmic Clothes* 4

Gambar 1.2 Gambar *Brand Ambassador Cosmic Clothes*.....5

Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pembelian 24

Gambar 2.2 Keputusan Membeli.....26

Gambar 2.3 Skema Paragidma Penelitian 34

Gambar 3.1 Keterkaitan Pada Variabel 40

Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....64

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Injoynesia Corp.....66

Gambar 4.2 Pengujian Normalitas Data 93

Gambar 4.3 UJi Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot.....95

Gambar 4.4 Daerah penerimaan dan Penolakan Ho Brand ambasador terhadap Keputusan pembelian.....100

Gambar 4.5 Daerah penerimaan dan Penolakan Ho Kepercayaan merek terhadap Keputusan pembelian.....102

Gambar 4.6 Daerah Penerimaan H0 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan

Lampiran 2 Surat Balasan

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan

Lampiran 4 Revisi Sidang Skripsi

Lampiran 5 Kusioner Awal Penelitian

Lampiran 6 Kusioner Akhir Penelitian

Lampiran 7 Output SPSS

Lampiran 8 Publikasi

Lampiran 9 Riwayat Hidup