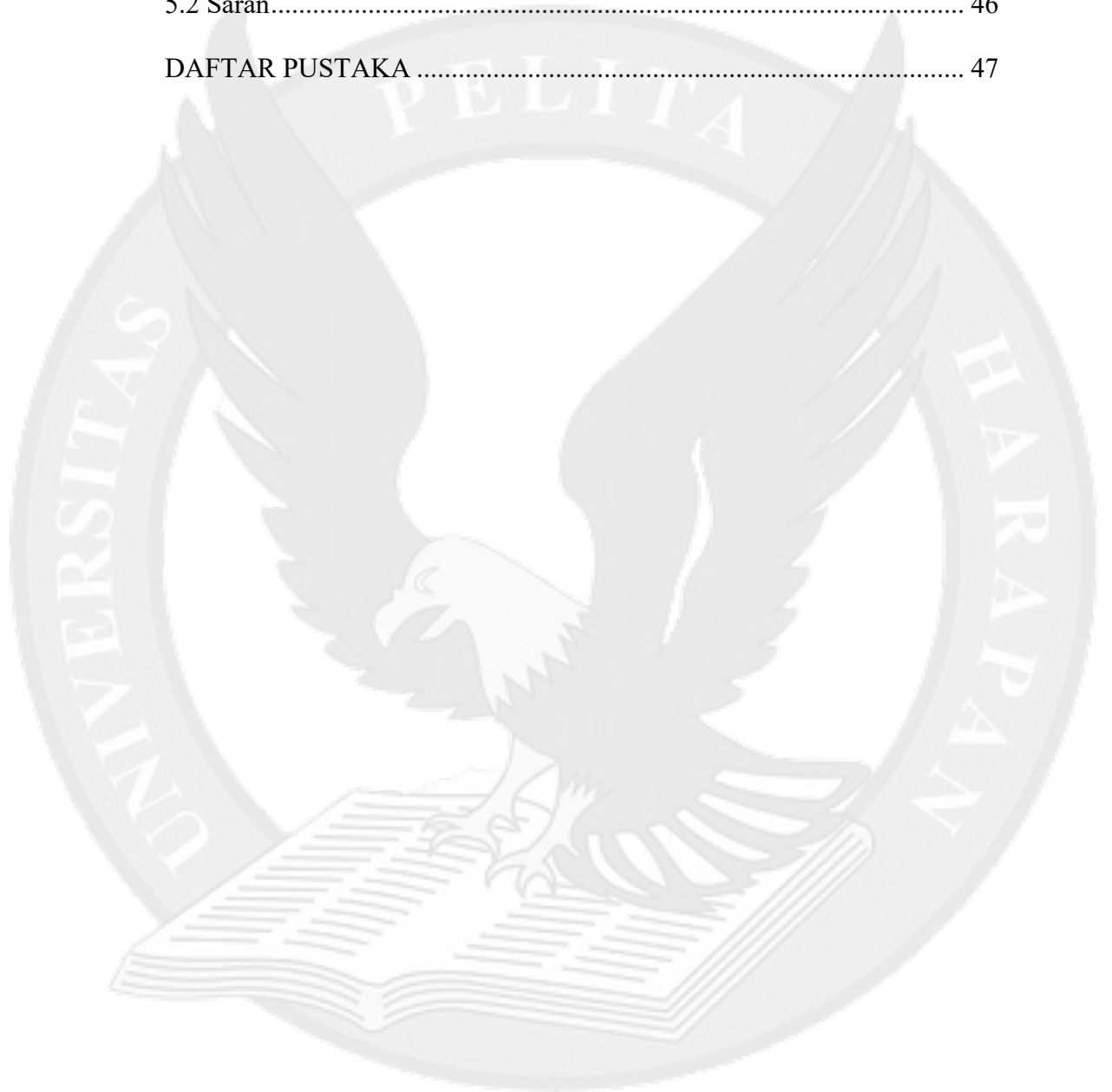


DAFTAR ISI

	Halaman
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Kerangka Berpikir.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Jenis Penelitian.....	20

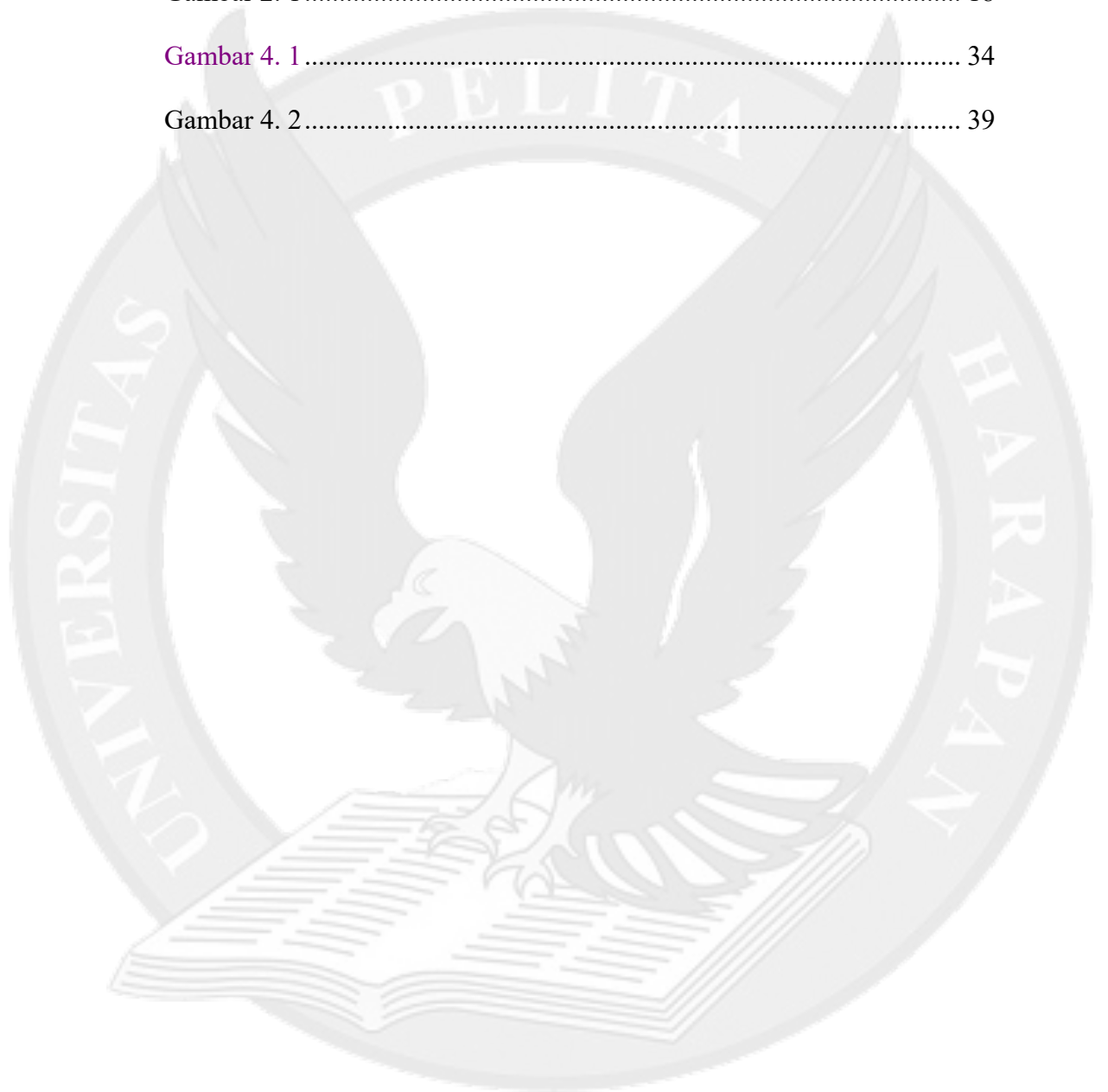
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel	21
3.3 Jenis Data, Sumber Data dan Skala Pengukuran	22
3.3.1 Jenis Data	22
3.3.2 Sumber Data	22
3.3.3 Skala Pengukuran	23
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	24
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	29
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Hasil Penelitian	30
4.2 Analisis deskriptif responden	31
4.3 Uji <i>Convergent Validity</i>	34
4.4 Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	36
4.5 Uji <i>Cronchbach's Alpha</i>	36
4.6 Uji <i>Cross Loading</i>	37
4.7 Metode <i>Heterotrait –Monotrait Ratio (HTMT)</i>	38
4.8 Analisis Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	39
4.9 Uji <i>R Square</i>	39
4.10 Uji <i>Path Coefficient</i>	40
4.11 Hasil Pembahasan	41
4.11.1 Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap minat beli konsumen	42

4.11.2 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap minat beli konsumen.....	43
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1	18
Gambar 4. 1	34
Gambar 4. 2	39



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1.....	23
Tabel 3. 2.....	25
Tabel 4. 1.....	31
Tabel 4. 2.....	31
Tabel 4. 3.....	32
Tabel 4. 4.....	35
Tabel 4. 5.....	36
Tabel 4. 6.....	37
Tabel 4. 7.....	37
Tabel 4. 8.....	38
Tabel 4. 9.....	39
Tabel 4. 10.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	51
Lampiran 2	58
Lampiran 3	62
Lampiran 4	63

