

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Identifikasi Masalah	8
1.3.Pembatasan Masalah	9
1.4.Perumusan Masalah.....	9
1.5.Tujuan Penelitian.....	10
1.6.Manfaat Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2. Struktur Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.4. Tipe-tipe Perilaku Pembelian	21
2.2. <i>Brand Ambassador</i>	22

2.2.1. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	24
2.3. Kualitas Produk	26
2.3.1. Dimensi Kualitas Produk	28
2.4. Minat Beli	33
2.4.1. Indikator Minat Beli	34
2.5. Penelitian Relevan	35
2.6. Hubungan antar Variabel	38
2.6.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	38
2.6.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	39
2.6.3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	39
2.6.4. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	40
2.6.5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	40
2.6.6. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.7. Kerangka Berfikir	41
2.8. Hipotesis	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	44
3.2. Populasi dan Sampel	44
3.2.1. Populasi	44
3.2.2. Sampel	44

3.3. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	45
3.3.1. Variabel Penelitian	45
3.3.2. Defenisi Operasional	46
3.4. Teknik Pengumpulan Data	48
3.5. Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.5.1. Uji Validitas	50
3.5.2. Uji Realibilitas.....	51
3.6. Teknik Analisis Data	52
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	52
3.6.1.1. Uji Normalitas	52
3.6.1.2. Uji Heteroskedastisitas	53
3.6.1.3. Uji Multikolinearitas.....	53
3.6.1.4. Uji Linearitas	54
3.6.2. Analisis Jalur (Path Analysis)	54
3.6.3. Pengujian Hipotesis.....	56
3.6.3.1. Uji Parsial dengan T-test	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Profil Medan Napoleon	58
4.2. Identifikasi Responden	59
4.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
4.2.1.1. Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i>	63
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk	65

4.2.1.3. Deskripsi Variabel Minat Beli	66
4.2.1.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	68
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	69
4.3.1. Uji Validitas dan Realibilitas	69
4.3.1.1. Variabel Brand Ambassador (X_1).....	70
4.3.1.2. Variabel Kualitas Produk (X_2).....	71
4.3.1.3. Variabel Minat Beli (Z)	72
4.3.1.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
4.4. Analisis Data Penelitian	75
4.4.1. Uji Asumsi Klasik	75
4.4.1.1. Uji Normalitas	75
4.4.1.2. Uji Heteroskedastisitas	77
4.4.1.3. Uji Multikolinearitas.....	79
4.4.1.4. Uji Linearitas	79
4.5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	80
4.6. Pengujian Hipotesis	83
4.6.1. Uji Parsial dengan t-test	83
4.6.2. Diagram Jalur	87
4.6.3. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	88
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.7.1. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli	92
4.7.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	93
4.7.3. Pengaruh Brand Ambassador terhadap	

Keputusan Pembelian	93
4.7.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	94
4.7.5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

