

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Identifikasi Masalah	13
1.3Batasan Masalah.....	13
1.4Rumusan Masalah	13
1.5Tujuan Penelitian.....	14
1.6Manfaat Penelitian.....	14
BAB II	16
KERANGKA TEORI	16
2.1 Keputusan Pembelian	16
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.2 Brand Ambassador (Duta Merek).....	24
2.2.1 Pengertian Brand Ambassador	24
2.2.2 Peran Brand Ambassador.....	25
2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	26
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	26
2.3.2 Proses Pembentukan <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	28
2.3.3 Komponen brand image.....	29
2.3.4 Pengukuran citra merek	31
2.3.5 Indikator Brand Image	32
2.4 Penelitian Relevan	33
2.5 Kerangka Pemikiran.....	38

2.6 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Sumber Data	43
3.4 Variabel Penelitian Definisi Operasional	44
3.4.1 Variabel Penelitian.....	44
3.5 Definisi Operasional	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	49
3.7.1 Uji Validitas.....	49
3.7.2 Uji Reliabilitas	49
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.8.3 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Hasil Penelitian	58
4.1.1 Gambaran Umum Produk Nike	58
4.2 Identifikasi Responden	60
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Stambuk.....	61
4.4 Analisis Data	66

4.4.1 Uji Asumsi Klasik	66
4.5 Uji Regresi Berganda	73
4.6 Uji Hipotesis.....	74
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	74
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	76
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R2).....	77
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.7.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.7.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.3 Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

