

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	16
1.3 Batasan Masalah .....	16
1.4 Rumusan Masalah .....	16
1.5 Tujuan Penelitian .....	17
1.6 Manfaat Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Minat Beli .....	18
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli .....	18
2.1.1.2 Aspek yang Mempengaruhi Minat Beli .....	19
2.1.1.3 Indikator Minat Beli .....	19
2.1.2 Harga .....	20
2.1.2.1 Pengertian Harga .....	20
2.1.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga .....	21
2.1.2.3 Dimensi Harga .....	22
2.1.2.3 Indikator Harga .....	22
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	24
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	24
2.1.3.2 Manfaat <i>Brand Ambassador</i> .....	25
2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Ambassador</i> .....	28
2.1.3.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Berpikir .....	34
2.4 Hipotesis .....	36
<b>BAB III Metode Penelitian</b> .....	<b>37</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	37
3.2.1 Populasi .....	37
3.2.2 Sampel .....	37

3.3 Variabel Penelitian & Definisi Operasional .....	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Definisi Operasional .....	39
3.4 Sumber Data Penelitian .....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5.1 Studi Pustaka .....	41
3.5.2 Dokumentasi .....	41
3.5.3 Kuesioner.....	42
3.6 Skala Pengukuran Variabel .....	42
3.7 Instrumen Penelitian.....	44
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.8 Teknik Analisis Data .....	46
3.8.1 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.8.1.1 Uji Normalitas .....	46
3.8.1.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.8.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	48
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
3.8.3 Uji Hipotesis .....	50
3.8.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	50
3.8.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	51
3.8.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
<b>BAB IV Hasil dan Pembahasan.....</b>	<b>53</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum PT. Lemonilo Indonesia Sehat.....	53
4.2 Deskripsi Responden.....	54
4.3 Instrumen Penelitian.....	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga .....	56
4.3.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Brand Ambassador..	57
4.3.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli .....	58
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	59
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	59
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	63
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
4.5 Uji Hipotesis .....	66
4.5.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T) .....	67
4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	68
4.5.3 Koefisien Determinasi .....	69
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.6.1 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli .....	70
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli .....	71
4.6.3 Pengaruh Harga dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli.....	73

<b>BAB V Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

**LAMPIRAN**

