

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Keputusan Pembelian Impulsif	14
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian Impulsif	14
2.1.2 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian Impulsif	15
2.1.3 Karakteristik Keputusan Pembelian Impulsif	16
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Impulsif	17
2.1.5 Indikator Keputusan Pembelian Impulsif.....	17
2.2 Brand Ambassador.....	18
2.2.1 Pengertian Brand Ambassador.....	18
2.2.2 Karakteristik Brand Ambassador	19
2.2.3 Peranan Brand Ambassador	19
2.2.4 Indikator Brand Ambassador	20
2.3 Harga.....	21
2.3.1 Pengertian Harga.....	21
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	22
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	23
2.3.4 Indikator Harga	25
2.4 Penelitian Terdahulu	26
2.5 Kerangka Berpikir.....	29

2.5.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif	29
2.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif	30
2.6 Hipotesis Penelitian	31
BAB III. METODE PENELITIAN	33
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	34
3.1.1 Variabel Penelitian	34
3.1.2 Definisi Operasional	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1 Jenis Data	36
3.4.2 Sumber Data	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1 Wawancara	37
3.5.2 Observasi	37
3.5.3 Kuesioner (Angket)	37
3.6 Uji Instrumen Penelitian	38
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	40
3.7.1.1 Uji Normalitas	40
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas	41
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas	41
3.7.2 Regresi Linear Berganda	42
3.8 Uji Hipotesis	43
3.8.1 Uji Parsial (Uji T)	43
3.8.2 Uji Simultan (Uji Statistik F)	44
3.8.3 Koefisien Determinasi (R ²)	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat PT Victoria Care	46
4.1.2 Visi dan Misi Herborist	48

4.2 Pembahasan Penelitian.....	48
4.2.1 Identifikasi Responden.....	48
4.3 Analisis Data Penelitian.....	49
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket.....	49
4.4 Teknik Analisis Data.....	53
4.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.2 Uji Regresi Berganda.....	59
4.4.3 Uji Hipotesis.....	61
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Herborist Beauty Factory Outlet Plaza Medan Fair.....	65
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Herborist Beauty Factory Outlet Plaza Medan Fair.....	65
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Herborist Beauty Factory Outlet Plaza Medan Fair.....	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

