

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
<i>Abstract</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	17
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	15
G. Penegasan Istilah	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. <i>Brand Ambassador</i>	21
B. <i>Brand Image</i>	25
C. Minat Beli	31
D. Penelitian Terdahulu	39
E. Kerangka Konseptual	44
F. Hipotesis Penelitian	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	49
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	51
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
F. Analisis Data	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	65
B. Hasil dan Analisis Data Penelitian	75

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Azarine Cosmetic di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung	84
B. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Azarine Cosmetic di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung	85

C. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Azarine Cosmetic di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.....	87
--	----

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN