

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Surat Pernyataan Keaslian Tulisan.....	iv
Surat Pernyataan Kesiediaan Publikasi Karya Ilmiah .....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Grafik .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi
Abstract .....	xvii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Kegunaan Penelitian .....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	14
G. Penegasan Istilah .....	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	17
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI.....	18
A. Duta Merek (Brand Ambassador).....	18
1. Pengertian Duta Merek ( <i>Brand Ambassador</i> ) .....	18
2. Indikator Duta Merek ( <i>Brand Ambassador</i> ).....	21

3. Manfaat Duta Merek ( <i>Brand Abassador</i> ).....	22
4. Wanita Berhijab sebagai Duta Merek.....	23
B. Gaya Hidup.....	26
1. Pengertian Gaya Hidup.....	26
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	28
3. Indikator Gaya Hidup.....	30
C. Atribut Produk.....	31
1. Pengertian Atribut Produk.....	31
2. Indikator Atribut Produk.....	33
D. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	34
1. Pengertian Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	34
2. Indikator Citra Merek.....	35
3. Komponen Citra Merek.....	37
E. Keputusan Pembelian.....	37
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	37
2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	39
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	41
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	42
F. Penelitian Terdahulu.....	45
G. Kerangka Konseptual.....	51
H. Hipotesis.....	53
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN.....	19
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	19
B. Populasi dan Sampel.....	19
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	59
D. Teknik Analisis Data.....	64
BAB IV.....	69
HASIL PENELITIAN.....	69
A. Gambaran Umum Responden.....	69
B. Analisis Data.....	81

BAB V.....	69
PEMBAHASAN .....	69
A. Pengaruh duta merek terhadap citra merek .....	69
B. Pengaruh gaya hidup terhadap citra merek.....	113
C. Pengaruh atribut produk terhadap citra merek.....	115
D. Pengaruh duta merek terhadap keputusan pembelian.....	118
E. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.....	121
F. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.....	126
G. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian .....	128
H. Pengaruh duta merek terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh citra merek.....	131
I. Pengaruh gaya hidup terhadap kputusan pembelian dimediasi oleh citra merek.....	133
J. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh citra merek.....	133
K. Pengaruh duta merek, gaya hidup, dan atribut produk secara bersama-sama terhadap citra merek.....	135
L. Pengaruh dutamerek, gaya hidup, dan atribut produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.....	136
M. Pengaruh duta merek, gaya hidup, dan atribut produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh citra merek.....	137
BAB VI .....	108
PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran .....	142

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**