

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	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah.....	15
D. Tujuan Penelitian	15
E. Kegunaan Penelitian	16
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	17
G. Penegasan Penelitian	17
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	19

BAB II	LANDASAN TEORI	
	A. Manajemen Pemasaran	21
	B. Keputusan Pembelian	25
	C. <i>Brand Ambassador</i>	33
	D. <i>Sales Promotion</i>	38
	E. <i>Electronic Word of Mouth</i>	42
	F. Kajian Penelitian Terdahulu	47
	G. Kerangka Konseptual	53
	H. Hipotesis Penelitian	57
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
	B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	60
	C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	62
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	65
	E. Teknik Analisis Data	72
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Deskripsi	81
	B. Gambaran Umum Responden.....	86
	C. Deskripsi Penelitian	91
	D. Analisis Data Penelitian.....	98
BAB V	PEMBAHASAN	
	A. Pengaruh <i>Brand Ambassador Idol K-Pop</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Produk OREOxBLACKPINK ...	115

B. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Produk OREOxBLACKPINK	116
C. Pengaruh <i>Electronic-Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Produk OREOxBLACKPINK.....	117
D. Pengaruh <i>Brand Ambassador Idol K-Pop, Sales Promotion,</i> dan <i>E-Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Produk OREOxBLACKPINK	118
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	121
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kolaborasi OREOxBLACKPINK.....	13
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Konseptual	51
Gambar 4.1	Postingan Kolaborasi OREOxBLACKPINK	83
Gambar 4.2	Tangkapan Layar Video Kolaborasi OREOxBLACKPINK	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Selebriti Korea Selatan yang Menjadi <i>Brand Ambassador</i> di Indonesia	5
Tabel 1.2	Top Brand Biskuit Sadwich.....	11
Tabel 3.1	Tabel Skala <i>Likert</i>	62
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	63
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Ada atau Tidaknya Produk OREOxBLACKPINK di Tempat Terdekat.....	90
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	91
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas <i>Sales Promotion</i>	93
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>E-Word of Mouth</i>	94
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i>	96
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas <i>Sales Promotion</i>	97
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Word of Mouth</i>	97
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.13	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i>	100
Tabel 4.14	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Sales Promotion</i>	102

Tabel 4.15	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>E-Word of Mouth</i>	105
Tabel 4.16	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	107
Tabel 4.17	Uji Normalitas	109
Tabel 4.18	Uji Multikolinieritas	110
Tabel 4.19	Uji Heteroskedastisitas	111
Tabel 4.20	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	112
Tabel 4.21	Hasil Uji T (Parsial)	115
Tabel 4.22	Hasil Uji F (Simultan)	118
Tabel 4.23	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Data Tabulasi Responden

Lampiran 4 : Hasil Pengujian Data

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

Lampiran 6 : Persetujuan Pembimbing Penyelesaian Tugas Akhir

Lampiran 7 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 8 : Biodata Diri