

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Desain Penelitian	7
1.5.2 Prosedur Penelitian	7
1.5.3 Populasi dan Sampel.....	9
1.5.4 Identifikasi Variabel Penelitian	9
1.5.5 Definisi Operasional	11
1.5.6 Teknik Pengumpulan Data.....	11
1.5.7 Uji Instrumen	11

1.5.8 Teknik Analisis Data	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teoritis	12
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2 <i>Brand ambassador</i>	25
2.1.3 Keputusan Pembeli	30
2.2 Literature Review	39
2.3 Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III PAPARAN DATA	43
3.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
3.2 Deskripsi Hasil Penelitian	46
3.3 Hasil Uji Hipotesis	47
3.3.1 Uji Validitas	47
3.3.2 Sebaran Data.....	48
3.3.3 Uji Reliabilitas	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Strategi <i>Brand ambassador</i> Pada Produk skincare <i>Scarlett Whitening</i>	53
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
5.2.1 Bagi Konteks Penelitian.....	59
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 3. 2 Data Responden berdasarkan usia.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram EXO	4
Gambar 2. 1 Lima Fitur Utama IMC	16
Gambar 2. 2 Program Komunikasi Pemasaran	18
Gambar 2. 3 Atribut Sumber Kelman	26
Gambar 2. 4 Aspek <i>Copy-Testing</i>	31
<i>Gambar 3. 1 Produk Scarlett Whitening dari Akun Instagram Scarlett Whitening</i>	43
Gambar 3. 2 Promosi Scarlett dengan <i>Brand ambassador</i> EXO dari akun Instagram <i>Scarlett Whitening</i>	44
Gambar 3. 3 pengukuran Durbin Watson	47
Gambar 3. 4 sebaran data	48
Gambar 3. 5 alpha item X	48
Gambar 3. 6 Alpha item Y	49
Gambar 3. 7 Uji T	49