

DAFTAR ISI

Sampul Dalam.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Pemasaran	16
B. Perilaku Konsumen	17
C. Minat Beli	20
D. Citra Merek	24
E. <i>Brand Ambassador</i>	30
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
G. Hubungan Antar Variabel	45
H. Kerangka Penelitian	49

I. Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Populasi, Sampling dan Sampel.....	52
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	55
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	60
E. Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	71
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	71
B. Karakteristik Responden	75
C. Deskripsi Variabel.....	78
D. Analisis <i>Partial Least Square</i>	90
BAB V PEMBAHASAN	101
A. Pengaruh <i>Brand Ambassador K-pop</i> Terhadap Minat Beli	101
B. Pengaruh <i>Brand Ambassador K-pop</i> Terhadap Citra Merek	103
C. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	105
D. Pengaruh <i>Brand Ambassador K-pop</i> Terhadap Minat Beli Melalui Mediasi Citra Merek	107
BAB VI PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	