

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Tujuan Penelitian	1
1.4. Manfaat Penelitian	1
1.5. Metode Penelitian	1
1.5.1. Prosedur Penelitian	2
1.5.2. Populasi dan Sampel	2
1.5.3. Identifikasi Variabel Penelitian	4
1.5.4. Definisi Operasional	8
1.5.5. Teknik Pengumpulan Data	12
1.5.7. Uji Instrumen	13
1.5.8. Teknik Analisis Data	15
1.5.8. Uji Hipotesis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Kajian Teoritis	19
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	19
2.1.2. Brand Ambassador	29
2.1.3. Keputusan Pembelian	32
2.2. Literature Review	41
2.3. Hipotesis Penelitian	43
BAB III PAPARAN DATA	44
3.1. Deskripsi Objek Penelitian	44
3.2. Karakteristik Responden	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Hasil Pembahasan	49
4.2. Hasil Penelitian	49
4.2.1. Kredibilitas	49
4.2.2. Daya Tarik	50
4.2.3. Kekuatan	51
4.2.4. Kognitif	52
4.2.5. Afektif	52

4.2.6. Konatif.....	53
BAB V PENUTUP	57
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran	57
5.2.1. Bagi Konteks Penelitian	57
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I