

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan penelitian.....	13
D. Manfaat penelitian.....	13
E. Tinjauan Kajian Terdahulu	13
BAB II.....	17

A. Kerangka Berpikir	17
B. Konseptual penelitian	17
C. Teori dan Variabel Penelitian	18
D. Hipotesis	46
BAB III.....	52
A. Metodologi Penelitian	52
B. Paradigma Penelitian.....	52
C. Pendekatan Penelitian.....	53
D. Metode Penelitian.....	53
E. Populasi dan Sampel	54
F. Definisi Konseptual Variable.....	56
G. Definisi Operasional Variabel	57
H. Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
I. Sumber Data	60
J. Instrumen Penelitian.....	61
K. Teknik Pengumpulan Data	63
L. Teknik Pengolahan Data.....	64
M. Teknik Analisa Data	64
BAB IV	70
A. Paparan Data	70

B. Deskripsi Hasil Penelitian	71
BAB V.....	76
A. Komunikasi Pemasaran	76
B. Brand Ambassador	79
C. Keputusan Pembelian	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB VI	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Prosedur Pelaksanaan Penelitian	54
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 3. 3	Item Pertanyaan	61
Tabel 3. 4	Skala Likert	64
Tabel 4. 1	Responden Penelitian	70
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas Brand Ambassador (X)	71
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Brand Ambassador (Y)	72
Tabel 4. 4	Hasil Uji Reabilitas	73
Tabel 4. 5	Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 6	Hasil Uji Hipotesis.....	75
Tabel 4. 7	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76
Tabel 4. 8	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	76
Tabel 5. 1	Pernyataan kuesioner nomor 1 dan 2.....	80
Tabel 5. 2	Pernyataan kuesioner nomor 3 dan 4.....	80
Tabel 5. 3	Pernyataan kuesioner nomor 6 dan 7.....	81
Tabel 5. 4	Pernyataan kuesioner nomor 8 dan 13	82
Tabel 5. 5	Pernyataan kuesioner nomor 15, 16 dan 17	83
Tabel 5. 6	Pernyataan kuesioner nomor 20 dan 23	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penetrasi Internet di Indonesia 2024	1
Gambar 1. 2 Data Jumlah Transaksi Produk	2
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik 2010-2023	3
Gambar 1. 4 Data Penjualan di E-Commerce	4
Gambar 1. 5 Instagram Account Kahf.....	6
Gambar 1. 6 Account Instagram Ricky Harun	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	17
Gambar 2. 2Fitur IMC	24
Gambar 2. 3 Kerangka Kerja Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 2. 4Aspek-Aspek Brand Ambassador	35
Gambar 2. 5 Dimensi Copy Testing.....	40