

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
1. Manfaat Teoritis.....	13
2. Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
A. Landasan Teori .....	15
1. <i>E-Commerce (Electronic Commerce)</i> .....	15
2. <i>Brand (Merek)</i> .....	17
3. <i>Brand Image (Citra Merek)</i> .....	21

4. <i>Brand Ambassador</i> .....	26
5. Minat Beli .....	31
6. Keputusan Pembelian .....	37
B. Penelitian Terdahulu .....	43
C. Hubungan Antar Variabel.....	47
1. <i>Brand Image</i> dan Minat Beli .....	47
2. <i>Brand Ambassador</i> dan Minat Beli .....	48
3. <i>Brand Image</i> dan Keputusan Pembelian.....	48
4. <i>Brand Ambassador</i> dan Keputusan Pembelian.....	48
5. Minat Beli dan Keputusan Pembelian .....	49
6. <i>Brand Image</i> dan Keputusan Pembelian melalui Variabel <i>Intervening</i> Minat Beli .....	49
7. <i>Brand Ambassador</i> dan Keputusan Pembelian melalui Variabel <i>Intervening</i> Minat Beli .....	49
D. Kerangka Konseptual.....	50
E. Hipotesis Penelitian .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
A. Rancangan Penelitian.....	52
B. Objek Penelitian.....	52
C. Waktu Penelitian.....	53
D. Populasi .....	54
E. Sampel dan Teknik Sampling.....	54
F. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	56
G. Jenis Data Penelitian.....	57
H. Prosedur Pengambilan Data.....	57

1. Kuesioner .....	57
2. Studi Pustaka ( <i>Library Research</i> ).....	59
I. Definisi Operasional Variabel .....	59
J. Uji Instrumen .....	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas .....	65
3. Uji Asumsi Klasik.....	67
K. Uji Hipotesis .....	70
1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
2. Uji Statistik T (Uji t).....	71
3. Uji Simultan (Uji F).....	72
4. Uji Mediasi Sobel ( <i>Sobel Test</i> ).....	73
L. Teknik Analisis Data .....	75
1. Analisis Regresi .....	75
2. Analisis Jalur.....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
A. Analisis Karakteristik Responden.....	77
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	79
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja <i>Online</i> Setiap Bulannya .....	80
B. Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	81
C. Hasil Uji Instrumen.....	85
1. Hasil Uji Validitas Instrumen .....	85

2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	87
D. Hasil Analisis Statistik.....	88
1. Uji Validitas .....	88
2. Uji Reliabilitas .....	92
3. Uji Asumsi Klasik.....	94
E. Hasil Uji Model .....	98
1. Analisis Regresi Berganda.....	98
2. Analisis Jalur.....	101
3. Uji Mediasi Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) .....	102
F. Hasil Uji Hipotesis.....	104
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	104
2. Hasil Uji Statistik T (Uji t) .....	105
3. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	106
4. Hasil Analisis Jalur .....	106
5. Hasil Uji Mediasi Sobel ( <i>Sobel Test</i> ).....	107
G. Pembahasan .....	109
H. Keterbatasan Penelitian .....	116
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>118</b>
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	120
1. Saran bagi Perusahaan (Tokopedia) .....	120
2. Saran bagi Pembaca .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>123</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>127</b>