

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. <i>Brand Ambassador</i>	12
2. Iklan	15
3. <i>Brand Awareness</i>	17
4. <i>Purchase Intention</i>	20
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	37
D. Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Rancangan Penelitian.....	43
B. Populasi	43
C. Sampel dan Teknik Sampling	44

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
E. Jenis Data	47
F. Skala Pengukuran Variabel	47
G. Uji Instrumen	49
H. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Deskripsi Hasil Penelitian	59
B. Analisis Kuantitatif Responden	69
C. Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 10 <i>Brand Skincare</i> Terlaris	8
Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	48
Tabel 3. 2 Outer Model 30 Responden	50
Tabel 3. 3 Cross Loading Factor 30 responden.....	52
Tabel 3. 4 AVE, Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4. 4 karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui Informasi	62
Tabel 4. 6 Kategori Variabel.....	63
Tabel 4. 7 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i> EXO.....	64
Tabel 4. 8 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Iklan	65
Tabel 4. 9 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> .	66
Tabel 4. 10 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	68
Tabel 4. 11 Hasil <i>Outer Loading</i> 100 Responden.....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> 100 Responden.....	72
Tabel 4. 13 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	75
Tabel 4. 14 Hasil <i>Composite Reliability</i> 100 Responden.....	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Cronbach's Alpha	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji R-Square	78
Tabel 4. 17 Nilai R-Square dan AVE.....	78
Tabel 4. 18 Hasil <i>Path Coefficient</i>	80
Tabel 4. 19 Hasil <i>Spesific Indirect Effect</i>	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3. 1 <i>Outer Model</i> 30 responden.....	49
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Outer Model.....	69
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Inner Model.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Brand Ambassador EXO x Scarlett	98
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 3 Data 100 Responden.....	105
Lampiran 4 Hasil Pengujian 100 Responden.....	144