

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Keputusan Pembelian.....	14
2. <i>Brand Ambassador</i> .....	19
3. <i>Testimony Social Media</i> .....	23
4. <i>E-Service Quality</i> .....	27
5. <i>Tagline</i> .....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Hubungan Antar Variabel.....	41
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2. Pengaruh <i>Testimony Social Media</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	41
3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	42
4. Pengaruh <i>Tagline</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	43

D. Kerangka Pemikiran.....	44
E. Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Rancangan Penelitian.....	47
B. Obyek Penelitian.....	48
C. Populasi.....	48
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	48
E. Jenis Data Penelitian .....	50
F. Prosedur Pengambilan Data.....	51
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	52
H. Definisi Operasional Variabel .....	52
I. Skala Pengukuran Variabel .....	55
J. Uji Instrumen .....	57
K. Teknik Analisis Data .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Hasil Analisis .....	67
B. Pembahasan.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>