

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Tinjauan Pustaka	14
1.5.1 Kajian Teoretis	14
1.5.2 Kajian Empiris	40
1.6 Hubungan antar Variabel.....	53
1.7 Kerangka Pemikiran	56

1.8	Hipotesis	64
1.9	Definisi Konsep dan Operasional.....	66
1.9.1	Definisi Konsep.....	66
1.9.2	Definisi Operasional.....	67
1.10	Metode Penelitian.....	72
1.10.1	Jenis Penelitian.....	72
1.10.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	72
1.10.3	Lokasi Penelitian.....	73
1.10.4	Populasi dan Sampel Penelitian	73
1.10.5	Teknik Sampling	77
1.10.6	Sumber Data.....	78
1.10.7	Teknik Pengumpulan Data.....	78
1.10.8	Skala Pengukuran.....	79
1.10.9	Uji Instrumen Penelitian	80
1.10.10	Teknik Analisis Data	82
1.10.11	Uji Hipotesis.....	84
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		87
2.1	Sejarah Perusahaan.....	87
2.2	Visi dan Misi Perusahaan	88
2.3	Logo Perusahaan	88

2.4	Daftar Produk Glad2Glow.....	88
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		90
3.1	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	90
3.1.1	Uji Validitas	90
3.1.2	Uji Reliabilitas	92
3.2	Karakteristik Responden	93
3.2.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
3.2.2	Angkatan Responden	94
3.2.3.	Usia Responden.....	95
3.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	96
3.3.1	Analisis Statistik Dekskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	98
3.3.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	104
3.3.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	110
3.3.4	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	120
3.4	Analisis Statistik Inferensial.....	126
3.5	Uji Hipotesis.....	129
3.5.1	Uji t (Secara Parsial)	130
3.5.2	Uji F (Secara Simultan).....	131
3.6	Uji Koefisien Determinasi (R2)	132
3.7	Pembahasan	133

3.7.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Glad2Glow secara Simultan	133
3.7.2	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Glad2Glow	135
3.7.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Glad2Glow	137
3.7.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Glad2Glow	139
BAB IV PENUTUP		141
4.1	Kesimpulan.....	141
4.2	Saran	142
DAFTAR PUSTAKA		146
LAMPIRAN		152