

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Kerangka Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Harga.....	14
2.2.1 Pengertian Harga.....	14
2.2.2 Peranan Harga.....	15
2.2.3 Tahapan Proses Penetapan Harga.....	16
2.2.4 Indikator Harga.....	19
2.3 Promosi.....	20
2.3.1 Pengertian Promosi.....	20

2.3.2	Indikator Promosi.....	23
2.4	Brand Ambassador.....	24
2.4.1	Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	24
2.4.2	Indikator Brand Ambassador.....	25
2.5	Citra Merek.....	26
2.5.1	Pengertian Citra Merek.....	26
2.5.2	Indikator Citra Merek.....	27
2.6	Penelitian Terdahulu.....	28
2.7	Kerangka Pemikiran.....	31
2.7.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.7.3	Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.7.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.7.5	Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek.....	34
2.7.6	Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek.....	35
2.7.7	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Citra Merek.....	35
2.8	Kerangka Konseptual.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		37
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4	Teknik Analisis Data.....	39
3.5	Analisis Statistik Deskriptif.....	40

3.6 Uji Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	40
3.6.1 Convergent Validity.....	40
3.6.2 Discriminant Validity.....	41
3.6.3 Reliability.....	41
3.7 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	42
3.7.1 R-Square.....	42
3.7.2 Estimate For Path Coefficients.....	42
3.8 Uji Hipotesis (Uji Pengaruh Langsung) .....	43
3.9 Uji Hipotesis (Uji Pengaruh Tidak Langsung).....	44
3.10 Indikator Variabel.....	45
3.10.1 Keputusan Pembelian.....	45
3.10.2 Harga .....	46
3.10.3 Promosi.....	47
3.10.4 <i>Brand Ambassador</i> .....	48
3.10.5 Citra Merek .....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Pengujian Deskriptif .....	51
4.1.1 Jenis Kelamin.....	51
4.1.2 Usia Responden.....	52
4.1.3 Tipe Pekerjaan.....	53
4.1.4 Penghasilan Per Bulan .....	54
4.1.5 Hasil Uji Analisis Deskriptif .....	55
4.2 Hasil Pengujian Instrumen .....	56
4.2.1 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	56
4.2.2 Uji Model Pengukuran atau <i>Inner Model</i> .....	60

4.2.3 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	66
BAB V KESIMPULAN.....	69
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran dan Keterbatasan.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel Penelitian .....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif .....	55
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Discriminant Validity .....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Reliability .....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis R Square .....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i> .....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian .....	10
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3. 1 Indikator Keputusan Pembelian .....	45
Gambar 3. 2 Indikator Harga.....	47
Gambar 3. 3 Indikator Promosi .....	48
Gambar 3. 4 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	49
Gambar 3. 5 Indikator Citra Merek.....	50
Gambar 4. 1 Hasil Analisis <i>Covergent Validity</i> .....	57