

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat penelitian	8
BAB II.....	9
KAJIAN TEORITIK.....	9
A. Teori Pendukung.....	9
1. <i>Brand ambassador</i>	9
2. Konten Iklan.....	12
2. <i>Brand image</i>	15
3. Keputusan Pembelian.....	17
B. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	32
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	36

D. Pengembangan Instrumen.....	37
1. Variabel <i>Independent</i> (Variabel bebas).....	37
2. Variabel Moderator.....	39
3. Variabel <i>Dependent</i> (Variabel terikat).....	40
4. Operasional Variabel.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
1. Analisis Deskriptif.....	44
2. Uji Validitas.....	44
3. Uji Reliabilitas.....	46
4. Uji Kesesuaian Model.....	46
5. Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV.....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Deskripsi Data.....	52
1. Profil Responden.....	52
B. Hasil Analisis Data.....	56
2. <i>Exploratory Factor Analysis</i>	64
3. Uji Reliabilitas.....	70
4. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	70
5. Pengujian Hipotesis.....	78
BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Implikasi.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI/PENULIS.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 3 1 Konstruk Awal Penelitian	46
Gambar 4 1 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand ambassador</i>	71
Gambar 4 2 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Konten Iklan	72
Gambar 4 3 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand image</i>	73
Gambar 4 4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Keputusan Pembelian	74
Gambar 4 5 Full Model.....	75
Gambar 4 6 Fit Model.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 5 Provinsi Pengguna Internet Terbanyak Di Indonesia	2
Tabel 1 2 5 Perusahaan <i>E-commerce</i> Populer Di Indonesia	3
Tabel 1 3 Tabel Perubahan Pengeluaran.....	6
Tabel 2 1 Review Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 2 2 Sumber Rujukan Variabel.....	35
Tabel 3 1 Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 3 2 Skala Likert.....	44
Tabel 3 3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	51
Tabel 4 1 Profil Domisili Responden.....	52
Tabel 4 2 Tabel Statistik Domisili Respoden.....	53
Tabel 4 3 Profil Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4 4 Tabel Statistik Pekerjaan Responden	54
Tabel 4 5 Profil Pendapatan Responden	55
Tabel 4 6 Tabel Statistik Pendapatan Responden	56
Tabel 4 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand ambassador</i>	57
Tabel 4 8 Analisis Deskriptif Variabel Konten Iklan.....	59
Tabel 4 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand image</i>	61
Tabel 4 10 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4 11 <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Brand ambassador</i>	65
Tabel 4 12 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Brand ambassador</i>	66
Tabel 4 13 <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel Konten Iklan	67
Tabel 4 14 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel Konten Iklan	67
Tabel 4 15 <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>Brand image</i>	68
Tabel 4 16 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Brand image</i>	68
Tabel 4 17 <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4 18 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4 19 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4 20 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand ambassador</i>	71
Tabel 4 21 <i>First Order Construct</i> Variabel Konten Iklan.....	72
Tabel 4 22 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand image</i>	73

Tabel 4 23 <i>First Order Construct</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4 24 Full Model.....	75
Tabel 4 25 Fit Model.....	77
Tabel 4 26 Hasil Uji Hipotesis.....	78
Tabel 4 27 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	78
Tabel 4 28 Kesimpulan Hipotesis.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:Kuesioner	98
Lampiran 2: Turnitin.....	104

