

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR ORISINALITAS | iv |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Teori Pendukung | 11 |
| 2.1.1 <i>Grand Theory</i> | 11 |
| 2.1.2 <i>Purchase decision</i> | 12 |
| 2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> | 15 |
| 2.1.4 <i>Brand Image</i> | 18 |
| 2.1.5 <i>Product Quality</i> | 19 |
| 2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis | 21 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Purchase Decision</i> | 21 |
| 2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Purchase Decision</i> | 24 |
| 2.2.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> dan <i>Purchase Decision</i> | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 30 |
| 3.1.1 Tempat Penelitian | 30 |
| 3.1.2 Waktu Penelitian..... | 30 |
| 3.2 Desain Penelitian..... | 30 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.3.1 Populasi..... | 31 |
| 3.3.2 Sampel..... | 31 |
| 3.4 Pengembangan Instrumen | 32 |
| 3.4.1 <i>Brand Ambassador</i> | 33 |
| 3.4.2 <i>Brand Image</i> | 34 |
| 3.4.3 <i>Product Quality</i> | 35 |
| 3.4.4 <i>Purchase Decision</i> | 35 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 36 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 38 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif | 38 |
| 3.6.2 Uji Validitas | 39 |
| 3.6.3 Uji Reliabilitas | 40 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Deskripsi Unit Analisis | 44 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.1.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| 4.1.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 45 |
| 4.1.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 46 |
| 4.1.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan | 47 |
| 4.1.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Brand <i>Bodycare</i> yang Digunakan .. | 47 |
| 4.1.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk <i>Bodycare</i> | 50 |
| 4.2 | Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 50 |
| 4.2.1 | Hasil Analisis Deskriptif..... | 51 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Validitas..... | 59 |
| 4.2.3 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 63 |
| 4.2.4 | Hasil Uji Hipotesis..... | 65 |
| 4.2.5 | Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian | 68 |
| BAB V PENUTUP..... | | 71 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 71 |
| 5.2 | Implikasi..... | 72 |
| 5.2.1 | Implikasi Teoritis | 72 |
| 5.2.2 | Implikasi Praktis | 73 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian | 75 |
| 5.4 | Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 78 |
| LAMPIRAN..... | | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Tren Penjualan Kosmetik di Indonesia (US\$ Juta) | 3 |
| Gambar 2. 1 Model Kerangka Teori | 29 |
| Gambar 4. 1 Average Variance Extracted (AVE)..... | 61 |
| Gambar 4. 2 Composite Reliability..... | 63 |
| Gambar 4. 3 Cronbach's Alpha | 64 |
| Gambar 4. 4 Model Penelitian dan Perhitungan PLS | 67 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Local Brand Memakai Brand Ambassador Asal Korea..... | 4 |
| Tabel 3. 1 Pemberian Skor | 32 |
| Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Brand Ambassador..... | 33 |
| Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Brand Image..... | 34 |
| Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Product Quality | 35 |
| Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Purchase decision..... | 36 |
| Tabel 3. 6 Interpretasi Cronbach's Alpha | 40 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 45 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 46 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan | 47 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Brand Bodycare yang Digunakan | 47 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk Bodycare | 50 |
| Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Brand Ambassador..... | 51 |
| Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Brand Image..... | 54 |
| Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Jawaban Product Quality | 56 |
| Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Jawaban Purchase Decision..... | 57 |
| Tabel 4. 12 Matriks Perhitungan Outer Loading | 60 |
| Tabel 4. 13 Matriks Perhitungan Average Variance Extracted..... | 60 |
| Tabel 4. 14 Matriks Perhitungan Cross Loading | 62 |
| Tabel 4. 15 Matriks Perhitungan Composite Reliability..... | 63 |
| Tabel 4. 16 Matriks Perhitungan Cronbach's Alpha | 64 |
| Tabel 4. 17 Hasil Perhitungan t-Statistic | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 85 |
| Lampiran 2 Data Primer Hasil Kuesioner..... | 93 |
| Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif | 122 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Konvergen | 128 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan | 130 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas | 131 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis | 133 |
| Lampiran 8 Model dan Perhitungan PLS..... | 133 |
| Lampiran 9 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing | 134 |
| Lampiran 10 Format Saran dan Perbaikan Skripsi | 135 |
| Lampiran 11 Hasil Turnitin..... | 137 |
| Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup..... | 138 |

