

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.2 Kerangka Konseptual	19
2.2.1 Komunikasi	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.3 Komunikasi Persuasif	20
2.2.4 Periklanan	22
2.2.5 Kredibilitas Brand Ambassador	23
2.2.6 Media Sosial.....	25
2.2.7 Perilaku Konsumen	26
2.2.8 Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Kerangka Teoritis.....	30

2.3.1 Teori Agenda Setting	30
2.3.1 Teori Kredibilitas Sumber.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
2.5 Hipotesis	35
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Paradigma Penelitian.....	37
3.3 Metodologi Penelitian	39
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian.....	40
3.3.1 Variabel Penelitian.....	40
3.3.2 Operasional Variabel	41
3.4 Populasi dan Teknik Sampling.....	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Teknik Sampling.....	47
3.5 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Jenis Data.....	49
3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	50
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data	52
3.6.1 Analisis Deskriptif	52
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.6.4 Uji Validitas Data dan Reabilitas.....	56
3.6.5 Uji Hipotesis	57
3.7 Lokasi Penelitian.....	60
3.8 Jadwal Penelitian.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Identitas Responden.....	62
4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.1.2.1 Uji Validitas	64
4.1.4.1 Uji Reliabilitas	69

4.2 Statistika Deskriptif.....	71
4.2.1 Deskripsi Dimensi-Dimensi Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> (X)	72
4.2.1.1 Dimensi <i>Expertise</i> (X1)	73
4.2.1.2 Dimensi <i>Trustworthiness</i> (X2)	76
4.2.1.3 Dimensi <i>Attractiveness</i> (X3)	81
4.2.2 Deskripsi Indikator-Indikator Keputusan Pembelian (Y)	84
4.2.2.1 Pengenalan Masalah	84
4.2.2.2 Pencarian Informasi	85
4.2.2.3 Evaluasi Alternatif	87
4.2.2.4 Keputusan Pembelian.....	88
4.2.2.5 Perilaku Pasca Pembelian	90
4.3 Uji Asumsi Klasik	92
4.3.1 Uji Normalitas.....	92
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	94
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	95
4.4 Analisis Data Penelitian	96
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	96
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	98
4.4.3 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik t)	99
4.4.4 Uji Simultan (Uji F)	102
4.5 Pembahasan.....	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Simpulan	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	109