

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL.....ix

DAFTAR GAMBAR.....xiv

ABSTRAK.....xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Perumusan Masalah.....5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....5

1.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....5

1.4.1 Kerangka Pemikiran.....5

1.4.2 Hipotesis.....13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran.....14

2.1.1 Pengertian Pemasaran.....14

2.2	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15
2.2.1	Definisi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15
2.2.2	Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	16
2.3	Merek (<i>Brand</i>).....	18
2.3.1	Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	18
2.3.2	Tahapan Merek.....	22
2.3.3	Tingkatan Merek.....	24
2.3.4	Manfaat Merek.....	24
2.4	Brand Ambassador.....	25
2.4.1	Pengertian Brand Ambassador.....	25
2.4.2	Indikator Brand Ambassador.....	27
2.4.3	Manfaat Brand Ambassador.....	28
2.5	Perilaku Pembelian.....	29
2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	29
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	29
2.5.3	Psikologis konsumen.....	33
2.6	Keputusan Pembelian.....	35

2.6.1	Tahap- Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	36
-------	--	----

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	39
3.1.1	Sejarah Men's Biore.....	39
3.1.2	Varian Dari Men's Biore.....	42
3.2	Metode Penelitian.....	44
3.2.1	Jenis dan Metode Penelitian.....	44
3.2.2	Jenis Data dan Sumber Data.....	44
3.2.3	Populasi, Teknik Sampling dan Sampel.....	45
3.2.3.1	Populasi.....	45
3.2.3.2	Teknik Sampling.....	46
3.2.3.3	Sampel.....	46
3.2.4	Variabel dan Operasional Variabel.....	47
3.2.4.1	Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	47
3.3	Instrumen, Syarat Instrumen yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner.....	49
3.3.1	Instrumen.....	49
3.3.2	Syarat Instrumen yang Baik (Pedoman Kuisioner).....	50

3.3.3	Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuisisioner.....	56
3.3.4	Analisis Tanggapan Responden.....	57
3.4	Metode Analisis Data.....	58
3.5	Uji Hipotesis.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Upaya Produsen Merancang <i>Brand Ambassador</i>	64
4.2	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Brand Ambassador</i> pada Produk <i>Men's Biore</i>	68
4.2.1	Gambaran Umum Responden.....	68
4.2.2	Tanggapan Konsumen Tentang <i>Brand Ambassador</i> pada produk <i>Men's Biore</i>	70
4.3	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Produk <i>Men's Biore</i>	81
4.4	Besarnya Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen <i>Men's Biore</i>	87
4.5	Pengujian Hipotesis.....	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....93

5.2 Saran.....94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1</i>	<i>Top Brand Index Tahun 2012-2014 Kategori Sabun Cuci Muka....4</i>
<i>Tabel 3.1</i>	<i>Tabel Operasional Variabel.....48</i>
<i>Tabel 3.2</i>	<i>Uji Validitas Variabel Brand Ambassador.....51</i>
<i>Tabel 3.3</i>	<i>Rekapitulasi Uji Variabel Brand Ambassador.....52</i>
<i>Tabel 3.4</i>	<i>Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....53</i>
<i>Tabel 3.5</i>	<i>Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....54</i>
<i>Tabel 3.6</i>	<i>Reliability Statistic Brand Ambassador.....55</i>
<i>Tabel 3.7</i>	<i>Reliability Statistic Keputusan Pembelian.....55</i>
<i>Tabel 3.8</i>	<i>Nilai Reliabilitas Variabel Brand Ambassador dan Keputusan Pembelian.....55</i>
<i>Tabel 3.9</i>	<i>Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden.....56</i>
<i>Tabel 3.10</i>	<i>Rentang Klasifikasi Variabel.....58</i>
<i>Tabel 4.1</i>	<i>Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....69</i>
<i>Tabel 4.2</i>	<i>Klasifikasi Berdasarkan Usia.....69</i>
<i>Tabel 4.3</i>	<i>Responden Berdasarkan Pekerjaan.....70</i>

Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Iko Uwais Merupakan Salah Satu Artis Terkenal di Indonesia.....	70
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Sosok Iko Uwais Sebelum Iklan Men's Biore Dimunculkan.....	71
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Profesi Iko Uwais Mewakili Produk Men's Biore.....	72
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Aktivitas yang Dijalani Iko Uwais Mendukung Produk Men's Biore.....	72
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Kecocokan (Kesesuaian) Iko Uwais Untuk Menjadi Bintang Iklan Men's Biore.....	73
Tabel 4.9	tanggapan Responden Tentang Pesan Iklan Disampaikan Oleh Iko Uwais Membuat Responden Percaya Bahwa Iklan Men's Biore Jujur.....	73
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Penyampaian Manfaat Produk Men's Biore Tidak Berlebihan.....	74
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Iko Uwais Meyakinkan Responden Melalui Iklan Mengenai Kualitas Men's Biore.....	74
Tabel 4.12	Tanggapan Responden tentang Ciri Fisik Iko Uwais Yang Mudah Dikenali.....	75
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Suasana Iklan yang Berada di Stadion Menarik perhatian Responden.....	75

<i>Tabel 4.14</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Iko Uwais Merupakan Artis yang Mencerminkan Kawula Muda (Energik).....</i>	<i>76</i>
<i>Tabel 4.15</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Iko Uwais Sebagai Bintang Iklan yang mempunyai Kharisma Sehingga Mampu Memikat Hati Responden.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabel 4.16</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Keahlian yang Dimiliki Iko Uwais yang Mendukung Sebagai Selebriti Pendukung Pada Iklan Men's Biore.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabel 4.17</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Iko Uwais yang memiliki Perilaku Elegan.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabel 4.18</i>	<i>Total Pembobotan Brand Ambassador.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabel 4.19</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Pemilihan Produk Men's Biore Karena Pilihan Produk yang Cukup Banyak.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabel 4.20</i>	<i>Tanggapan Responen Tentang Pemilihan Produk Men's Biore Karena Citra yang Baik dan Antusias Responden yang Besar Pada Saat Produk Dimunculkan.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabel 4.21</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Membeli Produk Men's Biore....</i>	<i>83</i>
<i>Tabel 4.22</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Seringnya Membeli Produk Men's Biore.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabel 4.23</i>	<i>Tanggapan Responden Tentang Pembelian Produk Men's Biore Dalam Jumlah Banyak.....</i>	<i>84</i>

Tabel 4.24	Total Pembobotan Variabel Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4.25	MSI (Method of Success Interval) Pertanyaan 1 Pada Variabel Brand Ambassador.....	88
Tabel 4.26	Korelasi Antara Brand Ambassador dengan Keputusan pembelian.....	89
Tabel 4.27	Pengaruh Brand Ambassador dengan Keputusan Pembelian....	89
Tabel 4.28	Koefisien Regresi.....	90
Tabel 4.29	Uji t Hitung Variabel Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.....	91

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1</i>	<i>Paradigma Variabel Brand Ambassador dan Keputusan Pembelian.....</i>	<i>13</i>
<i>Gambar 2.1</i>	<i>Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....</i>	<i>17</i>
<i>Gambar 2.2</i>	<i>Hierarki Kebutuhan Maslow.....</i>	<i>34</i>
<i>Gambar 2.3</i>	<i>Proses Keputusan Pembelian.....</i>	<i>36</i>
<i>Gambar 3.1</i>	<i>PT Kao.....</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 3.2</i>	<i>Men's Biore Double Scrub Facial Foam Black & White Deep Fresh.....</i>	<i>42</i>
<i>Gambar 3.3</i>	<i>Men's Biore Double Scrub Facial Foam White Energy.....</i>	<i>42</i>
<i>Gambar 3.4</i>	<i>Men's Biore Double Scrub Facial Foam Cool Oil Clear.....</i>	<i>43</i>
<i>Gambar 3.5</i>	<i>Men's Biore Facial Foam Acne Defense.....</i>	<i>43</i>
<i>Gambar 3.6</i>	<i>Men's Biore Facial Foam Bright Clear.....</i>	<i>43</i>
<i>Gambar 4.1</i>	<i>Lifestyle yang Diciptakan Produsen pada Iklan Men's Biore.....</i>	<i>64</i>
<i>Gambar 4.2</i>	<i>Bakat Pencak Silat Handal yang Dimiliki Iko Uwais.....</i>	<i>65</i>
<i>Gambar 4.3</i>	<i>Aktng Iko Uwais pada Film The Raid.....</i>	<i>66</i>
<i>Gambar 4.4</i>	<i>Personality yang Dimiliki Iko Uwais.....</i>	<i>67</i>

Gambar 4.5 Permainan yang diadakan Men's Biore yang Diperuntukkan kepada Brand Ambassador dan Fansnya.....68

Gambar 4.6 Kurva Uji-t Dua Pihak Variabel Brand Ambassador Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran SPSS

Lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran MSI

Lampiran Pedoman Kuisisioner

Lampiran Tabulasi Kuisisioner

