

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Brand Ambassador .....	10
2.2.1 Pengertian Brand Ambassador.....	10
2.3.2 Manfaat Brand Ambassador.....	11
2.3.3 Fungsi Brand Ambassador .....	12
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Brand Ambassador .....	12
2.3.4 Dimensi Brand Ambassador.....	12
2.3 Social Media Marketing .....	13
2.3.1 Pengertian Social Media Marketing .....	13
2.3.2 Keuntungan Social Media Marketing .....	13
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Social Media Marketing .....	14
2.3.4 Dimensi Social Media Marketing .....	14
2.4 Keputusan Pembelian .....	14
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	14
2.4.2 Tahapan Keputusan Pembelian .....	15
2.4.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.4.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....	16
2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	17
2.6 Hipotesis Penelitian.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	22
3.2 Metode Analisis.....	22
3.3 Jenis Penelitian.....	22
3.4 Populasi dan Sampel .....	22
3.4.1 Populasi .....	22
3.4.2 Sampel.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Informasi.....	23
3.6 Sumber Informasi.....	24
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	29
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda .....	30
3.10 Uji Hipotesis .....	30
<b>BAB IV DESAIN DAN SISTEM .....</b>	<b>32</b>
4.1 Keadaan Umum Objek Penelitian .....	32

4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	32
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4.2.1 Visi.....	33
4.2.2 Misi.....	33
4.3 Tahapan Analisis Penelitian.....	33
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
5.1 Deskripsi Pengumpulan Data.....	35
5.2 Karakteristik Responden.....	35
5.2.1 Jenis Kelamin.....	35
5.2.2 Kelompok Usia.....	36
5.2.3 Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	36
5.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	37
5.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Brand Ambassador (X1).....	37
5.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Social Media Marketing Tiktok (X2).....	40
5.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	42
5.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	45
5.4.1 Uji Validitas.....	45
5.4.2 Uji Reliabilitas.....	46
5.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	46
5.5.1 Uji Normalitas.....	46
5.5.2 Uji Multikolinearitas.....	47
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
5.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	50
5.7.1 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t).....	50
5.7.2 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (uji f).....	51
5.7.3 Hasil Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	52
5.8 Pembahasan.....	52
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>58</b>
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Rekomendasi.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>
Lampiran 1 : Angket Penelitian.....	67
Lampiran 2 : Hasil Analisis Deskriptif.....	78
Lampiran 3 : Uji Validitas.....	79
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik.....	83
Lampiran 6 : Uji Regresi Linear Berganda.....	84
Lampiran 7 : Uji Hipotesis.....	85
Lampiran 8 : T tabel dan F hitung.....	86
Lampiran 9 : Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner.....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 hasil pra survey brand ambassador .....	3
Tabel 1.2 hasil pra survey social media marketing .....	4
Tabel 1.3 hasil pra survey keputusan pembelian .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.2 Defenisi Operasional.....	25
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden .....	35
Tabel 5.2 Kelompok Usia.....	36
Tabel 5.3 Responden Berdasrakan Frekuensi Pembelian.....	36
Tabel 5.4 Rentang Skala Kategorisasi Data Penelitian.....	37
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Variabel Brand Ambassador .....	38
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Variabel SMM Tiktok.....	40
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	42
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 5.10 Hasil Normalitas .....	47
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	48
Tabel 5.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 5.13 Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 5.14 Hasil Uji T.....	51
Tabel 5.15 Hasil Uji F.....	51
Tabel 5.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Scarlett Whitening.....	2
Gambar 1.2 Soo Jong Ki sebagai brand ambassador .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	17
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening .....	32
Gambar 5.1 Tanggapan responden brand ambassador .....	39
Gambar 5.2 Tanggapan responden social media marketing tiktok .....	41
Gambar 5.3 Tanggapan responden keputusan pembelian .....	44
Gambar 5.4 Hasil Uji Normalitas.....	47
Gambar 5.5 Uji Heteroskedastisitas.....	49