**DAFTAR ISI**

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR ix

**BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang 1
  2. Identifikasi Masalah 6
  3. Batasan Masalah 6
  4. Rumusan Masalah 7
  5. Tujuan Masalah 7
  6. Manfaat Penelitian 8

**BAB II TINJAUANPUSTAKA 10**

* 1. Brand Ambassador 10
     1. Pengertian Brand Ambassador 10
     2. Karakteristik Brand Ambassador 12
     3. Peranan Brand Ambassador 13
     4. Manfaat Brand Ambassador 14
     5. Indikator Brand Ambassador 15
  2. Keputusan Pembelian 16
     1. Pengertian Keputusan Pembelian 16
     2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 17
     3. Proses Keputusan Pembelian 18
     4. Peran Dalam Keputusan Pembelian 19
     5. Jenis-jenis Perilaku Pembelian 19
     6. Meneliti Proses Keputusan Pembelian 22
     7. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan 23
     8. Tingkat Pengambilan Keputusan 23
     9. Indikator Keputusan Pembelian 25
  3. Penelitian Terdahulu 26
  4. Kerangka Konseptual 29
  5. Hipotesis Penelitian 30

**BAB III METODE PENELITIAN 31**

* 1. Desain Penelitian 31
  2. Tempat dan Waktu Penelitian 31
     1. Tempat 31
     2. Waktu Penelitian 31
  3. Populasi dan Sampel 32
     1. Populasi 32
     2. Sampel 33
  4. Variabel dan Indikator Penelitian 34
     1. Variabel 34
     2. Indikator 35
  5. Definisi Operasional Variabel 35
  6. Skala Pengukuran Variabel 36
  7. Instrumen Penelitian 37
  8. Teknik Pengumpulan Data 37
  9. Teknik Analisis Data 39
     1. Uji Validitas 40
     2. Uji Reliabilitas 40
     3. Analisis Regresi Linear Sederhana 41
     4. Uji Parsial (Uji t) 42
     5. Uji Determinasi () 43

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 44**

* 1. Profil Kelurahan Sudirejo II 44
     1. Deskripsi Lokasi Penelitian 44
     2. Struktur Organisasi 45
     3. Letak Geografis Kelurahan Sudirejo II 46
     4. Visi dan Misi 47
  2. Hasil Penelitian 49
     1. Karakteristik Responden 49
     2. Hasil Jawaban Responden 51
        1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel

*Brand Ambassador* (X) 51

* + - 1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) 58
    1. Uji Instrumen Penelitian 62
       1. Uji Validitas 62
       2. Uji Reliabilitas 63
    2. Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana 64
    3. Uji Parsial (Uji t) 65
    4. Uji Koefisien Determinasi () 66
  1. Pembahasan 66

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 70**

* 1. kesimpulan 70
  2. Saran 71

**DAFTAR PUSTAKA 73**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 26

Tabel 3.1. Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian 32

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel 36

Tabel 3.3. Skala Likert 37

Tabel 4.1. Lingkungan Kelurahan Sudirejo II 46

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 50

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 51

Tabel 4.5. Siti Badriah adalah salah satu penyanyi dangdut yang saya sukai 51

Tabel 4.6. Saya mengenal Siti Badriah sebelum ia menjadi bintang iklan mie sukses isi 2 52

Tabel 4.7. Ketika melihat Siti Badriah saya teringat dengan mie sukses isi 2 52

Tabel 4.8. Lagu-lagu Siti Badriah cukup popular di masyarakat 53

Tabel 4.9. Siti Badriah pantas menjadi bintang iklan karena memiliki karakter ceria dan bersemangat 54

Tabel 4.10. Menurut saya peran Siti Badriah sebagai penyanyi dangdut cukup berprestasi 54

Tabel 4.11. Siti Badriah merupakan penyanyi dangdut yang memiliki daya

tarik tersendiri 55

Tabel 4.12. Siti Badriah merupakan sosok penyanyi dangdut yang ramah 55

Tabel 4.13. Siti Badriah memiliki banyak fans dari semua kalangan 56

Tabel 4.14. Produk atau lagu yang dibawakan Siti Badriahmudah untuk

diterima masyarakat 56

Tabel 4.15. Saya merekomendasikan mie sukses isi 2 kepada kerabat, teman maupun keluarga 57

Tabel 4.16. Saya melakukan pembelian mie sukses isi 2 karena sudah membandingkan dengan produk lain 58

Tabel 4.17. Setelah melihat Siti Badriah pada iklan mie sukses isi 2 saya

tertarik untuk membeli 58

Tabel 4.18. Sebelum saya membeli mie instan merek mie sukses isi 2 saya

sudah mencari informasi mie instan yang menjual berbagai

macam rasa dan terlaris 59

Tabel 4.19. Karena mudah ditemukan di setiap toko mana saja saya tertarik

untuk membeli mie sukses isi 2 59

Tabel 4.20. Saya membeli mie sukses isi 2 karena membutuhkan barang

tersebut sebagai makanan saat lapar 60

Tabel 4.21. Karena isinya yang banyak membuat saya tertarik untuk membeli

mie sukses isi 2 60

Tabel 4.22. Saya puas dengan kualitas dan kuantitasnya yang sesuai dengan

harga 61

Tabel 4.23. Hasil Uji Validitas 62

Tabel 4.24. Hasil Uji Reliabilitas 63

Tabel 4.25. Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana 64

Tabel 4.26. Hasil Uji (Parsial) t 65

Tabel 4.27. Hasil Uji Koefisien Determinasi 66

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 29

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 45