

## DAFTAR ISI

ABSTRAK

*ABSTRACT*

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Masalah .....	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	19
B. Teori Yang Digunakan.....	22
1. Manajemen Pemasaran.....	22
2. Keputusan Pembelian.....	23
3. Minat Beli .....	29
4. <i>Brand Ambassador</i> .....	32
5. Citra Merek .....	35
C. Kerangka Konseptual.....	38
D. Hipotesis .....	44

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian .....	45
B. Sifat Penelitian.....	45
C. Lokasi Dan Periode Penelitian.....	46
D. Populasi Dan Sampel.....	46
E. Sumber Data .....	48
F. Metode Pengumpulan Data.....	48
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	49
H. Metode Analisis Data.....	50
I. Uji Hipotesis .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
B. Karakteristik Responden .....	62
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	65
1. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	66
2. Distribusi Frekuensi Minat Beli (Z).....	69
3. Distribusi Frekuensi <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	71
4. Distribusi Frekuensi Citra Merek (X2) .....	73
D. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	75
E. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	80
F. Pengujian Hipotesis.....	82
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	90

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 96**

A. Kesimpulan..... 96

B. Saran..... 97

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Susu Chilgo Di PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi Periode Januari – Mei 2023 .....	6
Tabel 1.2. Hasil pra survey mengenai Keputusan pembelian .....	8
Tabel 1.3. Hasil pra survey mengenai <i>Brand Ambassador</i> .....	11
Tabel 1.4. Hasil pra survey mengenai Citra Merek .....	13
Tabel 1.5. Hasil pra survey mengenai Minat Beli.....	14
Tabel 2.1. Penelitian terdahulu.....	19
Tabel 3.1. Instrument skala likert.....	49
Tabel 3.2. Defenisi operasional variabel penelitian .....	49
Tabel 3.3. Penjelasan Analisa Outer Model.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Item Keputusan Pembelian (Y) .....	66
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Item Minat Beli (Z) .....	69
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Item <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	71
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Item Citra Merek (X2).....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Menggunakan <i>Loading Factor</i> .....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Menggunakan <i>Cross Loading</i> .....	78
Tabel 4.12 Perhitungan AVE, <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	79

Tabel 4.13 Nilai Korelasi ( $r^2$ ).....	80
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients</i> .....	83
Tabel 4.15 <i>Inderect Effect</i> .....	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis .....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perkembangan Industri Susu Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Susu Kemasan Chilgo .....	4
Gambar 1.3 Produk Chilgo Edisi Susu Bubuk.....	5
Gambar 1.4 <i>Brand Ambassador</i> Produk Susu Chilgo .....	10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 4.1 Logo PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi .....	60
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi .....	61
Gambar 4.3 <i>Outer Model</i> .....	76
Gambar 4.4 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	80

