

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	12
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	13
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.3 Konsep Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.4 Strategi Pemasaran.....	21
2.1.2.5 Bauran Pemasaran.....	24
2.1.2.6 Brand/Merek	27
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i>	30
2.1.3.1 <i>Brand Ambassador</i>	30
2.1.3.1.1 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	31
2.1.3.1.2 Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	32
2.1.3.1.3 Peran <i>Brand Ambassador</i>	33
2.1.3.2 <i>Brand Image</i>	34
2.1.3.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	34
2.1.3.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	35
2.1.3.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	37
2.1.3.2.4 Faktor-faktor yang memengaruhi <i>Brand</i> <i>Image</i>	38
2.1.3.2.5 Tujuan <i>Brand Image</i>	40
2.1.3.3 Hubungan antara <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>Brand</i> <i>Image</i>	41
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	47

3.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	47
3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel	48
3.2.1	Definisi Variabel.....	48
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
3.3	Populasai dan Sampel	50
3.3.1	Populasi.....	50
3.3.2	Sampel	51
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1	Sumber Data	53
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5	Teknik Analisis Data	55
3.5.1	Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap <i>Brand Image</i> ...	55
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
3.6.1	Tempat Penelitian	60
3.6.2	Waktu Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Hasil penelitian	61
4.1.1	Gambaran Umum Agen MS Glow Original Ciamis	61
4.1.1.1	Profil Agen MS Glow Original Ciamis	61
4.1.1.2	Struktur Organisasi	64
4.1.2	Karakteristik Responden.....	66
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	68
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti	69
4.1.3.1	Deskripsi Nagita Slavina Sebagai <i>Brand Ambassador</i> (X) Produk MS Glow	69
4.1.3.2	Deskripsi <i>Brand Image</i> (Y) Produk MS Glow	82
4.1.3.3	Rekapitulasi Penelitian	90
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	91
4.1.4.1	Hasil Penelitian Tentang Gambaran Nagita Slavina Sebagai <i>Brand Amabassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk MS Glow	91
4.2	Pembahasan	98
4.2.1	Pengaruh Nagita Slavina Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk MS Glow	98
4.2.2	<i>Brand Image</i> Produk MS Glow	99
4.2.3	Pengaruh Nagita Slavina Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk MS Glow di Agen MS Glow Original Ciamis	100
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Simpulan	102
5.2	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Kuisisioner Pra Survey <i>Brand Image</i> MS Glow	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	40
Tabel 3.2	Pembobotan Nilai Jawaban.....	45
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r.....	47
Tabel 3.5	Waktu Penelitian.....	49
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki popularitas yang tinggi.....	70
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki banyak penggemar.....	71
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki pengetahuan yang luas tentang produk yang diiklankan	72
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina mewakili merek yang diiklankan.....	73
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki penampilan fisik pendukung yang dianggap baik	74
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki penampilan non fisik atau kepribadian pendukung yang dianggap baik.....	75
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki charisma yang dapat menarik konsumen	76
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> MS Glow yaitu Nagita Slavina memiliki kemampuan menarik konsumen.....	77
Tabel 4.9	Rekapitulasi Nagita Slavina Sebagai Brand Amabssador	78
Tabel 4.10	Pedoman Interpretasi	81
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Produk-produk MS Glow memiliki kualitas yang baik.....	82
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Produk-produk MS Glow memiliki banyak produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.....	83
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Produk-produk MS Glow sudah terkenal dikalangan masyarakat.....	84
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai konsumen merasa nyaman menggunakan MS Glow sebagai produk kecantikan.....	85
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai konsumen mudah membedakan produk MS Glow dari produk-produk lainnya yang sejenis.....	86
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai kandungan yang terdapat pada produk MS Glow berbeda dengan produk kecantikan lain.....	87
Tabel 4.17	Rekapitulasi <i>Brand Image</i> Produk MS Glow	88
Tabel 4.18	Pedoman Interpretasi	90
Tabel 4.19	Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif.....	90
Tabel 4.20	Data <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i>	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	45
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi MS Glow Original Ciamis	64
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 4.3	Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelami.....	67
Gambar 4.4	Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 2 Surat Permohonan Pembagian Angket
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Jawaban Responden Mengenai *Brand Ambassador*
- Lampiran 5 Jawaban Responden Mengenai *Brand Image*
- Lampiran 6 Distribusi t
- Lampiran 7 Riwayat Hidup Lampiran