

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Manajemen	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	13
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen	14

2.1.1.3 Fungsi Manajemen	16
2.1.1.4 Tujuan Manajemen.....	18
2.1.1.5 Level Manajemen.....	19
2.1.1.6 Level Manajemen.....	15
2.1.1.7 Bidang Manajemen	20
2.1.2 Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran	24
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran	25
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	26
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	28
2.1.3 Pengembangan Produk	30
2.1.3.1 Pengertian Pengembangan Produk.....	30
2.1.3.2 Strategi Pengembangan Produk	30
2.1.3.3 Tujuan Pengembangan Produk	31
2.1.3.4 Indikator Pengembangan Produk	32
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	33
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	33
2.1.4.2 Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	35
2.1.4.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	35
2.1.5 Keputusan Pembelian	37
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	37

2.1.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38
2.1.5.3	Indikator/Dimensi Keputusan Pembelian	40
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
2.2	Kerangka Pemikiran	43
2.3	Hipotesis	47
BAB III	METODE PENELITIAN	49
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	49
3.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	50
3.2.1	Definisi Variabel	50
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	52
3.3	Populasi dan Sampel	53
3.3.1	Populasi	53
3.3.2	Sampel	54
3.4	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1	Sumber Data	56
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	56
3.5	Teknik Analisis Data	57
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	63
3.6.1	Tempat Penelitian	63
3.6.2	Waktu Penelitian	63
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN	