

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	12
1.2 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Teori 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	16
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	19
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	20
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	20
2.1.3.2 Indikator <i>Brand Awareness</i>	21
2.1.4 <i>Personal Selling</i>	21
2.1.4.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	21
2.1.4.2 Indikator <i>Personal Selling</i>	22
2.1.5 Minat Beli	23
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli	23
2.1.5.2 Indikator Minat Beli.....	24
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
3.2 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	34
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	35
3.2.1 Definisi Variabel.....	35
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	36
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian (sumber data primer).....	38
3.3.1 Populasi.....	38

3.4.2 Sampel.....	38
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Sumber Data.....	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	47
3.5.2.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	47
3.5.2.2 Pengaruh <i>Personal Selling</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	50
3.5.2.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X1) dan <i>Personal Selling</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	54
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	58
3.6.1 Tempat Penelitian	58
3.6.2 Waktu Penelitian.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1.1 Profil PT Macakal Pangan Sejahtera	59
4.1.1.2 Visi Misi PT Macakal Pangan Sejahtera.....	59
4.1.1.3 Budaya Perusahaan	60
4.1.1.4 Value Perusahaan	61

4.1.1.5 Struktur Organisasi PT Macakal Pangan Sejahtera	62
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 Pendidikan Terakhir	68
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti	69
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang <i>Brand Awareness</i> (X1) Pada Konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera	69
4.1.3.2 Hasil Penelitian Tentang <i>Personal Selling</i> (X2) Pada Konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera	78
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang Minat Beli (Y) Pada Konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera.....	88
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	97
4.1.4.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	97
4.1.4.2 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	102
4.1.4.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Personal Selling</i> Terhadap <i>Minat Beli</i> Pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera.....	107
4.2 Pembahasan.....	118
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli Konsumen..	118

4.2.2 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Beli Konsumen...	119
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	121
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Simpulan.....	124
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN-LAMPIRAN	130