

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....

i

DAFTAR ISI.....

iii

DAFTAR TABEL.....

vii

DAFTAR GAMBAR.....

x

BAB I PENDAHULUAN.....

1

1.1 Latar Belakang Penelitian.....

1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....

12

1.2.1 Identifikasi Masalah.....

12

1.2.2 Rumusan Masalah.....

12

1.3 Tujuan Penelitian.....

13

1.4 Manfaat Penelitian.....

13

1.4.1 Manfaat Teoritis.....

14

1.4.2 Manfaat Praktis.....

14

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....**

**15**

2.1. Kajian Pustaka.....

15

2.1.1. Ilmu Manajemen.....

15

2.1.1.1. Pengertian Manajemen.....

15

2.1.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen.....

17

2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....

18

2.1.1.4 Unsur-Unsur Manajemen.....

19

iii

20

2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....

20

2.1.2.2 Tujuan Pemasaran.....	
21	
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran.....	
22	
2.1.3. Variabel yang diteliti.....	
24	
2.1.3.1. Citra Merek.....	
24	
2.1.3.2 Personal Branding.....	
26	
2.1.3.3 Keputusan Pembelian.....	
29	
2.1.4. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	
35	
2.2. Kerangka Pemikiran.....	
36	
2.2.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	
37	
2.2.2 Pengaruh <i>Personal Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	
38	
2.2.3 Pengaruh Citra Merek dan <i>Personal Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	

2.3. Hipotesis Penelitian.....	
41	

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	
<b>43</b>	

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	
43	

3.2 Definisi Variabel Dan Operasionalisasi Variabel.....	
44	

3.2.1 Definisi Variabel.....	
44	

3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	
46	

3.3 Populasi dan Sampel.....	
47	

3.3.1 Populasi.....	
47	

3.3.2 Sampel.....	47
-------------------	----

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	
49	

3.4.1. Sumber Data.....	
49	

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	
------------------------------------	--

49

3.5 Teknik Analisis Data.....

51

3.5.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....

51

3.5.2.2 Pengaruh *Personal Branding* terhadap Keputusan Pembelian.....

54

3.6 Tempat dan Jadwal Penelitian.....

60

3.6.1 Tempat Penelitian.....

60

3.6.2 Jadwal Penelitian.....

60

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....**

**62**

4.1 Hasil Penelitian.....

62

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....

62

4.1.1.1 Profil Safillashop Manonjaya.....

62

4.1.1.2 Visi dan Misi SafillaShop Manonjaya.....

	62
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job</i> Deskripsi SafillaShop Manonjaya.....	
	63
4.1.1.4 Karakteristik Responden.....	
	65
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	
70	
4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang Citra Merek pada Produk Scarrlet Whitening di Safillashop Manonjay.....	
	71
4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang <i>Personal Branding</i> pada Produk <i>Scarlett Whitening</i> di Safillashop Manonjaya.....	
	83
4.1.2.3 Hasil Penelitian tentang Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk <i>Scarlett Whitening</i> di Safillashop Manonjaya.....	
	96
4.1.3 Pengujian Hipotesis.....	
108	
4.1.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk <i>Scarlett Whitening</i> di Safillashop Manonjaya.....	
	108

4.1.3.2 Pengaruh *Personal Branding* terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Scarlett Whitening* di Safillashop Manonjaya.....

114

4.1.3.3 Pengaruh Citra Merek dan *Personal Branding* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk *Scarlett Whitening* di Safillashop Manonjaya.....

120

4.2 Pembahasan.....

130

4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Scarlett Whitening* di Safillashop Manonjaya.....

130

4.2.2 Pengaruh *Personal Branding* terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Scarlett Whitening* di Safillashop Manonjaya.....

133

4.2.3 Pengaruh Citra Merek dan *Personal Branding* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk *Scarlett Whitening* di Safillashop Manonjaya .....

137

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**.....

**140**

5.1 Simpulan.....

140

5.2 Saran.....

140

DAFTAR PUSTAKA.....

142