

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.1 Identifikasi Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Kajian Pustaka .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2 Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.3 Variabel yang Diteliti .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....</b>	<b>34</b>
<b>2.2 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3 Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>42</b>
<b>3.2.1 Definisi Variabel.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>45</b>

3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4.1	Sumber Data.....	47
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	50
3.5.2.1	Menguji secara Parsial .....	50
3.5.2.2	Menguji secara Simultan.....	54
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	58
3.6.1	Tempat Penelitian .....	58
3.6.2	Waktu Penelitian.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>59</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Karakteristik Responden .....	60
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	63
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	106
4.2	Pembahasan.....	128
4.2.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Minat Beli pada Konsumen Skintific di Kelurahan Ciamis .....	128
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli pada Konsumen Skintific di Kelurahan Ciamis .....	130
4.2.3	Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli pada Konsumen Skintific di Kelurahan Ciamis.....	132
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>135</b>
5.1	Kesimpulan.....	135
5.2	Saran .....	136