

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL v

DAFTAR GAMBAR vi

BAB I

PENDAHULUAN 1

- 1.1 Latar Belakang Masalah 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 12

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 13

2.1. Kajian Pustaka 13

2.1.1. Ilmu Manajemen 13

- 2.1.1.1. Pengertian Manajemen 14
- 2.1.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen 16
- 2.1.1.3 Tujuan Manajemen 17
- 2.1.1.4 Unsur-Unsur Manajemen 18

2.1.2 Manajemen Pemasaran 18

- 2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran 19
- 2.1.2.2 Tujuan Pemasaran 20
- 2.1.2.3 Fungsi Pemasaran 21

2.1.3. Variabel yang diteliti 22

2.1.3.1. Citra Merek 23

- 2.1.3.1.1 Pengertian Citra Merek 23
- 2.1.3.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek 24
- 2.1.3.1.3 Indikator Citra Merek 24

2.1.3.2 Personal Branding 25

- 2.1.3.2.1 Pengertian Personal Branding 25
- 2.1.3.2.2 Konsep Utama Personal Branding 27
- 2.1.3.2.2 Indikator Personal Branding 28

2.1.3.3 Keputusan Pembelian 29

- 2.1.3.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 29
- 2.1.3.3.2 Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian 30
- 2.1.3.3.3 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian 32
- 2.1.3.3.4 Indikator Keputusan Pembelian 33

2.1.4. Penelitian Terdahulu yang Relevan 333

2.2. Kerangka Pemikiran 355

2.2.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.2.2 Pengaruh Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.2.3 Pengaruh Citra Merek dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3. Hipotesis Penelitian	390
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>	41
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	41
3.2 Definisi Variabel Dan Operasionalisasi Variabel	42
3.2.1 Definisi Variabel	42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel	45
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1. Sumber Data	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.6 Tempat dan Jadwal Penelitian	58
3.6.1 Tempat Penelitian	58
3.6.2 Jadwal Penelitian	582
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	59

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1. 1 Data Produk Scarlet Whitening</u>	<u>6</u>
<u>Tabel 1. 2 Data Penjualan Produk Scarlet SafillaShop</u>	<u>7</u>
<u>Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Citra Merek, Personal Branding dan Keputusan Pembelian Sarlett Whitening</u>	<u>8</u>
<u>Tabel 2. 1 Fungsi-Fungsi Manajemen</u>	<u>16</u>
<u>Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu yang Relevan</u>	<u>34</u>
<u>Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel</u>	<u>45</u>
<u>Tabel 3. 2 Skala Likert</u>	<u>51</u>
<u>Tabel 3. 3 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi</u>	<u>53</u>
<u>Tabel 3. 4 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi</u>	<u>56</u>
<u>Tabel 3. 5 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi</u>	<u>59</u>
<u>Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian</u>	<u>63</u>

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian</u>	<u>30</u>
<u>Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran</u>	<u>40</u>