

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Manajemen	
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	16
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen	17
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	19
2.1.1.4 Level Manajemen	20
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.2 Tujuan Pemasaran.....	25
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran	25
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.5 Strategi Pemasaran.....	29
2.1.3 <i>Celebrity Endorsement</i>	31
2.1.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	31
2.1.3.2 Peran <i>Celebrity Endorsement</i>	32
2.1.3.3 Jenis-Jenis <i>Endorser</i>	33
2.1.3.4 Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	34
2.1.4 Testimoni	36
2.1.4.1 Pengertian Testimoni	36
2.1.4.2 Indikator Testimoni.....	37

2.1.4.3 Keunggulan Testimoni	38
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	40
2.1.5.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	40
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i>	41
2.1.5.3 Tahapan Minat Pembelian Konsumen	42
2.1.5.4 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian.....	46
2.1.5.5 Indikator <i>Purchase Intentions</i>	49
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	51
2.2 Kerangka Pemikiran.....	55
2.3 Hipotesis Penelitian.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	62
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	63
3.2.1 Definisi Variabel	63
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	64
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.3.1 Populasi	65
3.3.2 Sampel.....	66
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	68
3.4.1 Sumber Data.....	68
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.5 Tektik Analisis Data	70

3.5.1	Analisis Deskriptif	71
3.5.2.	Analisis Verifikatif.....	72
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	79
3.6.1	Tempat Penelitian.....	79
3.6.2	Waktu Penelitian	79
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1	Hasil Penelitian	80
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	80
4.1.1.1	Profil Toko Ayubeautystore Sidareja	80
4.1.1.2	Visi dan Misi Toko Ayubeautystore Sidareja	81
4.1.1.3	Struktur Organisasi Toko Ayubeautystore Sidareja.....	81
4.1.1.4	<i>Job</i> Deskripsi Toko Ayubeautystore Sidareja	82
4.1.1.5	Profil Scarlett.....	83
4.1.2	Karakteristik Responden	88
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti	91
4.1.3.1	Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsment</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Toko Ayubeautystore Sidareja.....	92
4.1.3.2	Deskripsi Variabel Testimoni pada Produk Scarlett di Ayubeautystore Sidareja	105

4.1.3.3	Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i> pada Produk Scarlett di Ayubeautystore Sidareja...	117
4.1.3	Pengujian Hipotesis	130
4.1.4.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Ayubeautystore Sidareja	130
4.1.4.2	Pengaruh Testimoni terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Ayubeautystore Sidareja.....	135
4.1.4.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> dan Testimoni terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Ayubeautystore Sidareja	140
4.2	Pembahasan	149
4.2.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Toko Ayubeautystore Sidareja	149
4.2.2	Pengaruh Testimoni terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Toko Ayubeautystore Sidareja	151
4.2.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> dan Testimoni terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pengguna Produk Scarlett di Ayubeautystore Sidareja	153

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	156
	5.1 Simpulan	156
	5.2 Saran	156
DAFTAR PUSTAKA		158
LAMPIRAN		