

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN..... xvii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 13

1.2.1 Identifikasi Masalah 13

1.2.2 Rumusan Masalah 13

1.3. Tujuan Penelitian..... 14

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 Teori Ilmu Manajemen..... 16

2.1.1.1. Pengertian Manajemen..... 16

2.1.1.2.	Fungsi – Fungsi Manajemen.....	17
2.1.2	Bidang Kajian Manajemen.....	22
2.1.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.3	Tujuan Manajemen Pemasaran	26
2.1.3	Kajian Variabel yang Diteliti	31
2.1.3.1	Iklan	31
2.1.3.1.1	Pengertian Iklan.....	31
2.1.3.1.2	Tujuan Iklan.....	31
2.1.3.1.3	Jenis-Jenis Iklan	32
2.1.3.1.4	Fungsi Iklan	33
2.1.3.1.5	Indikator Iklan	34
2.1.3.2	Brand ambassador.....	35
2.1.3.2.1	Pengertian <i>Brand ambassador</i>	35
2.1.3.2.2	Fungsi <i>Brand ambassador</i>	35
2.1.3.2.3	Manfaat <i>Brand ambassador</i>	36
2.1.3.2.4	Indikator <i>Brand ambassador</i>	37
2.1.3.3	Minat Beli Konsumen	38
2.1.3.3.1	Pengertian Minat Beli Konsumen	38
2.1.3.3.2	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen	39
2.1.3.3.3	Indikator Minat Beli Konsumen	39
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan	40
2.2	Kerangka Pemikiran	42
2.2.1.	Hubungan Iklan Dengan Minat Beli Konsumen.....	43
2.2.2	Hubungan <i>Brand ambassador</i> Dengan Minat Beli Konsumen...	45

2.2.3 Hubungan Iklan dan <i>Brand ambassador</i> terhadap Minat Beli Konsumen	46
2.3 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	51
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	52
3.2.1 Definisi Variabel	52
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sampel.....	55
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.4.1 Sumber Data.....	57
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.5.1 Analisis Deskriptif	59
3.5.2 Analisis Asosiatif	61
3.5.2.1. Pengaruh Iklan (X1) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)	61
3.5.2.2. Pengaruh <i>Brand ambassador</i> (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y).....	64
3.5.2.3. Pengaruh Iklan (X1) dan <i>Brand ambassador</i> (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)	67
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	70
3.6.1 Tempat Penelitian.....	70
3.6.2 Waktu Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72

4.1. Hasil Penelitian.....	72
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1.1. Sejarah Somethinc	72
4.1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	72
4.1.1.3. Logo Somethinc	73
4.1.2. Karakteristik Responden	73
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	75
4.1.3.1. Hasil Penelitian Tentang Iklan (X1) Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	75
4.1.3.2. Hasil Penelitian Tentang <i>Brand ambassador</i> (X2) Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	86
4.1.3.3. Hasil Penelitian Tentang Minat Beli Konsumen (Y) Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	100
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	114
4.1.4.1. Uji Pengaruh Iklan (X1) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	114
4.1.4.2. Uji Pengaruh <i>Brand ambassador</i> (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	120
4.1.4.3. Uji Pengaruh Iklan (X1) dan <i>Brand ambassador</i> (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	125
4.2. Pembahasan	136
4.2.1. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	136

4.2.2. Pengaruh <i>Brand ambassador</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	139
4.2.3. Pengaruh Iklan dan <i>Brand ambassador</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Konsumen Produk <i>Somethinc</i> di Kecamatan Pataruman Kota Banjar	142
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	146
5.1. Simpulan.....	146
5.2. Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	