

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah 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.....	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. Kajian Pustaka.....	15
2.1.1.1. Pengertian Manajemen	15
2.1.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen	16
2.1.1.3. Tujuan Manajemen	17
2.1.1.4. Level Manajemen	18
2.1.1.5. Bidang-Bidang Manajemen	19
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.2.1. Pengertian Pemasaran	22
2.1.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.3. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	24

2.1.2.4. Tujuan Pemasaran.....	29
2.1.3. <i>Brand Ambassador</i>	30
2.1.3.1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	30
2.1.3.2. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	31
2.1.3.3. Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	31
2.1.3.4. Peran <i>Brand Ambassador</i>	32
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	32
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian	32
2.1.4.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4.3. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	34
2.1.5. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	35
2.2. Kerangka Pemikiran	39
2.3. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Metode Penelitian.....	43
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
3.2.1. Definisi Variabel	44
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	46
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3.1. Populasi	47
3.3.2. Sampel.....	48
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1. Sumber Data.....	50
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5. Teknik Analisa Data.....	51
3.5.1. Analisis Deskriptif	52
3.5.2. Analisis Asosiatif	54
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian	58
3.6.1. Tempat Penelitian.....	58
3.6.2. Waktu Penelitian	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Hasil Penelitian	59

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1.1. Profil Peony Beaute Ciamis.....	59
4.1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	60
4.1.1.3. Struktur Organisasi Peony Beaute Ciamis.....	61
4.1.1.4. Deskripsi Jabatan	61
4.1.2. Karakteristik Responden	62
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	65
4.1.3.1. Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X) pada Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis	65
4.1.3.2. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis	79
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	93
4.1.4.1. Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Studi pada Konsumen Toko Peony Beaute Ciamis.....	93
4.2. Pembahasan.....	99
4.2.1. <i>Brand ambassador</i> Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis	99
4.2.2. Keputusan Pembelian Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis	100
4.2.3. Pengaruh <i>Brand ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1. Simpulan.....	104
5.2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pra Survei Keputusan Pembelian Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis.....	7
Tabel 1.2	Data Pra Survei <i>Brand ambassador</i> Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis	9
Tabel 1.3	Jumlah Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis (Juli-Desember 2023).....	11
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen	16
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	46
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis (Juli-Desember 2023).....	48
Tabel 3.3	Pilihan Jawaban dan Skor Skala Likert	51
Tabel 3.4	Klasifikasi Penilaian.....	54
Tabel 3.5	Jadwal Waktu Penelitian	58
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.5	Pedoman Interpretasi	66
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Merasa Dengan Adanya <i>Brand Ambassador</i> Memungkinkan Konsumen Untuk Membeli Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis.....	67
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Sering Melihat <i>Brand Ambassador</i> Luxcrime di Acara Atau <i>Event</i> Terkait Kecantikan	68
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Merasa Dengan Adanya <i>Brand Ambassador</i> Membuat Saya Yakin Untuk Membeli Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis.....	69
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Testimoni Atau Rekomendasi Dari <i>Brand Ambassador</i> Luxcrime Dapat di Percaya Sehingga Konsumen Dapat Menggunakan Produk Dengan Aman Sehingga Dapat Digunakan Secara Terus Menerus	70

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Merasa Dengan Adanya <i>Brand Ambassador</i> Membuat Saya Tertarik Untuk Membeli Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis.....	71
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Merasa Tertarik Dengan <i>Brand Ambassador</i> Luxcrime Karena Mereka Memiliki Pengaruh Besar di Industri Kecantikan.....	72
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Dengan Adanya <i>Brand Ambassador</i> Mempengaruhi Saya Untuk Membeli Produk Luxcrime di Toko Peony Beaute Ciamis.....	73
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan <i>Brand Ambassador</i> Luxcrime Memiliki Kemampuan Untuk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	74
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Cenderung Mempertimbangkan Untuk Membeli Produk Luxcrime Setelah Melihat <i>Brand Ambassador</i> Mereka.....	75
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan <i>Brand Ambassador</i> Luxcrime Memiliki Kemampuan Untuk Membuat Produk Mereka Lebih Menarik Bagi Konsumen	76
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Ambassador</i>	77
Tabel 4.17	Pedoman Interpretasi	79
Tabel 4.18	Pedoman Interpretasi	80
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Membeli Produk Luxcrime Berdasarkan Atas Kebutuhan Pribadi, Kualitas Produk, Dan Mempertimbangkan Budget....	81
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Cenderung Memilih Produk Luxcrime Berdasarkan Ulasan Atau Rekomendasi Dari Pengguna Lain	82
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Memilih Merek Luxcrime Berdasarkan Atas Kualitas Produk, Reputasi Merek, Dan Kesesuaian Dengan Kebutuhan Saya	83
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Memilih Merek Luxcrime Karena Inovasi Terbaru Atau Produk Terbaru Yang Mereka Tawarkan.....	84
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Memilih Tempat Penyalur Berdasarkan Atas Pertimbangan Aksesibilitas, Keamanan, Dan Pelayanan Toko Peony Beaute Ciamis Berjalan Secara Efisien	85

Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Luxcrime Pada Saat Adanya Potongan Harga Dan/Atau <i>Event</i> Tertentu	86
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Mempertimbangkan Waktu Pembelian Berdasarkan Kebutuhan Mendesak Atau Kehabisan Stok	87
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Membeli Produk Luxcrime Dengan Mempertimbangkan Jumlah Item/Produk Yang Dibutuhkan	88
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Konsumen Memilih Untuk Membeli Lebih Dari Satu Produk Luxcrime Di Toko Peony Beaute Ciamis Karena Adanya Penawaran Khusus Untuk Pembelian Dalam Jumlah Besar	89
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pembayaran Di Toko Peony Beaute Ciamis Dapat Dilakukan Melalui Berbagai Metode Pembayaran.....	90
Tabel 4.29	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.30	Pedoman Interpretasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Brand Identity</i> Produk Lokal Indonesia Periode Januari-Februari 2023.....	4
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	41
Gambar 3.1	Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi).....	44
Gambar 3.2	Garis Kontinum	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Skripsi	112
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian	113
Lampiran 3 Balasan Surat Ijin Penelitian	114
Lampiran 4 Kuisioner penelitian.....	115
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	121
Lampiran 6 Jawaban Responden.....	124
Lampiran 7 T-Tabel	130
Lampiran 8 F-tabel.....	135
Lampiran 9 Hasil Perhitungan SPSS	137