

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1. Identifikasi Masalah	12
1.2.2. Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	16
.....	
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Manajemen.....	16
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	16
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	17
2.1.1.3 Unsur-unsur Manajemen.....	19
2.1.1.4 Bidang-bidang Manajemen	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2.1. Pengertian Pemasaran	21
2.1.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.3. Fungsi Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.4. Tujuan Manajemen Pemasaran	25
2.1.3 <i>Advertisement</i>	26
2.1.3.1 Pengertian <i>Advertisement</i>	26
2.1.3.2 Tujuan <i>Advertisement</i>	27
2.1.3.3 Fungsi <i>Advertisement</i>	27
2.1.3.4 Indikator <i>Advertisement</i>	28
2.1.4 <i>Endorsement</i>	29
2.1.4.1 Pengertian <i>Endorsement</i>	29
2.1.4.2 Faktor-faktor <i>Endorsement</i>	31
2.1.4.3 Bentuk dan Peran <i>Endorsement</i>	32

2.1.4.4	Indikator <i>Endorsement</i>	32
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	33
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.1.5.2	Proses Keputusan Pembelian	34
2.1.5.3	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	35
2.1.5.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	36
2.1.6	Penelitian Terdahulu	37
2.2	Kerangka Pemikiran	42
2.2.1	Pengaruh <i>Advertisement</i> terhadap Keputusan Pembelian	43
2.2.2	Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.2.3	Pengaruh <i>Advertisement</i> dan <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3	Hipotesis	48
BAB III	METODE PENELITIAN	49
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	49
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	50
3.2.1	Definisi Variabel	50
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	51
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.3.1	Populasi Penelitian	52
3.3.2	Sampel Penelitian.....	53
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1	Sumber Data.....	54
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5	Teknik Analisis Data	56
3.5.1	Pengaruh <i>Advertisement</i> terhadap Keputusan Pembelian	56
3.5.2	Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	59
3.5.3	Pengaruh <i>Advertisement</i> dan <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	63
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	66
3.6.1	Tempat Penelitian.....	66
3.6.2	Waktu Penelitian	66
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1.	Hasil Penelitian.....	67
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1.1.	Profil Singkat Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis	67
4.1.1.2.	Visi dan Misi Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	68
4.1.1.3.	Struktur Organisasi Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis	69
4.1.1.4.	Penggunaan <i>Advertisement</i> di Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis	72
4.1.1.5.	Pemilihan <i>Endorsement</i> di Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis	73

4.1.2. Karakteristik Responden	74
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	75
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	77
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.1.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	79
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	80
4.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai <i>Advertisement</i> (X1) pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	80
4.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai <i>Endorsement</i> (X2) pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	91
4.1.3.3. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai Keputusan Pembelian (Y) pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis ...	104
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	121
4.1.4.1. Pengaruh <i>Advertisement</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	121
4.1.4.2. Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	130
4.1.4.3. Pengaruh <i>Advertisement</i> dan <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis	139
4.2. Pembahasan	147
4.2.1. Pengaruh <i>Advertisement</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	147
4.2.2. Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis.....	149
4.2.3. Pengaruh <i>Advertisement</i> dan <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Bintang <i>Fashion Shop</i> Ciamis	152
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	156
5.1. Simpulan.....	156
5.2. Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	