

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

### PERNYATAAN

### ABSTRAK

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah 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
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>          HIPOTESIS</b> .....	<b>14</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	14
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	14

2.1.1.1	Pengertian Ilmu Manajemen .....	14
2.1.1.2	Sarana Manajemen .....	15
2.1.1.3	Fungsi Manajemen .....	17
2.1.2	Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.2.2	Fungsi Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.2.3	Tujuan Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2.4	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2.5	Perilaku Konsumen .....	24
2.1.3	<i>Celebrity Endorsement</i> .....	26
2.1.3.1	Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i> .....	26
2.1.3.2	Fungsi <i>Celebrity Endorsement</i> .....	27
2.1.3.3	Dimensi <i>celebrity endorsement</i> .....	28
2.1.3.4	Indikator <i>Celebrity Endorsement</i> .....	30
2.1.4	Minat beli.....	31
2.1.4.1	Pengertian Minat beli.....	31
2.1.4.2	Fungsi Minat beli .....	32
2.1.4.3	Indikator Minat beli .....	34
2.1.4.4	Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	37
2.2	Kerangka Pemikiran .....	38
2.3	Hipotesis Penelitian .....	41
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan .....	42

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel .....	44
3.2.1 Definisi Variabel .....	44
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	46
3.3.1 Populasi .....	46
3.3.2 Sampel .....	47
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4.1 Sumber Data .....	49
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5 Teknik analisis Data .....	52
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	52
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	56
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	60
3.6.1. Tempat Penelitian.....	60
3.6.2. Waktu Penelitian .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	62
4.1.1. Gambaran Umum Cafe Afdhol Coffee .....	62
4.1.1.1 Profil Cafe Afdhol Coffee .....	62
4.1.1.2 Visi dan Misi <i>Cafe Afdhol Coffee</i> .....	62
4.1.1.3 Struktur Organisasi <i>Cafe Afdhol Coffee</i> .....	64
4.1.2. Karakteristik Responden.....	65
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	68

4.1.3.1 Deskripsi tentang <i>Celebrity endorsement</i> di <i>Afdhol Coffee</i> .....	68
4.1.3.2 Deskripsi tentang Minat Beli Konsumen di <i>Afdhol Coffee</i> .....	85
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	103
4.2 Pembahasan .....	123
4.2.1 <i>Celebrity endorsement</i> di Afdhol Coffee. ....	112
4.2.2 Minat beli konsumen di Afdhol Coffee. ....	115
4.2.3 Pengaruh <i>Celebrity endorsement</i> terhadap Minat Beli Konsumen di Afdhol Coffee.....	119
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>123</b>
5.1 Simpulan .....	123
5.2 Saran .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>126</b>