

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Teori dan penelitian terdahulu	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Karakteristik Penelitian	41
3.2 Operasional Variable dan Skala Pengukuran.....	42

3.3	Tahapan Penelitian.....	45
3.4	Populasi dan Sampel.....	46
3.5	Data dan Sumber Data	47
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
3.7.1	Uji Validitas.....	48
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.8	Teknik Analisis Data	51
3.8.1	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	52
3.8.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	52
3.8.4	Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Karakteristik Penelitian.....	55
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melihat, Menggunakan, dan Mengetahui Informasi Produk MS Glow di Sosial Media 57	
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.2.2	Analisis Data	61
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
DAFTAR PUSTAKA.....		81

LAMPIRAN	82
----------------	----