

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar</b> .....	i
<b>Halaman Sampul Dalam</b> .....	ii
<b>Persetujuan Pembimbing</b> .....	iii
<b>Pengesahan Penguji</b> .....	iv
<b>Motto</b> .....	v
<b>Halaman Persembahan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xii
<b>Daftar Gambar</b> .....	xiv
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xv
<b>Abstrak</b> .....	xvi
<i>Abstract</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	9
G. Penegasan Istilah .....	10
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	11

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Skincare .....	14
C. Minat Pembelian .....	15
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian .....	17
E. Daya Tarik Iklan.....	19
F. Harga .....	21
G. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....	23
H. Pengaruh Daya Tarik Iklan dengan Minat Pembelian.....	25
I. Pengaruh Harga dengan Minat Pembelian .....	26
J. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Minat Pembelian.....	26
K. Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
L. Kerangka Konseptual .....	29
M. Mapping Variabel, Dimensi Teori, dan Indikator .....	30
N. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	34
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data .....	37
E. Teknik Analisis Data .....	37
F. Defisini Konsep dan Operasional Variabel .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	
A. Deskripsi Skincare MS Glow .....	47

B.	Deskripsi Jenis Kelamin.....	48
C.	Deskripsi Umur .....	48
D.	Deskripsi Jawaban Responden .....	49
E.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	65
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>		
A.	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian .....	79
B.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian .....	82
C.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Pembelian .....	84
D.	Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga, dan <i>e-WOM</i> Terhadap Minat Pembelian .....	86
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		
A.	Kesimpulan.....	92
B.	Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		