

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	14
G. Penegasan Istilah.....	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Manajemen Pemasaran	21
B. Minat Beli Konsumen	25
C. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	28
D. Social Media Marketing.....	33
E. Kualitas Produk.....	36
F. Kualitas Pelayanan.....	39
G. Penelitian Terdahulu	44
H. Kerangka Konseptual.....	51
I. Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	54
C. Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	55
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	57
E. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	63
B. Karakteristik Responden.....	66
C. Hasil Analisis Data	72

BAB V PEMBAHASAN	83
A. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan Samchick.....	83
B. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan Samchick.....	85
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan Samchick.....	88
D. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan Samchick.....	91
BAB VI PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103