

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Manfaat Penelitian.....	18
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	20
F. Penegasan Istilah	20
G. Sistematika Penulisan.....	22

BAB II PEMBAHASAN

A. Kerangka Teori.....	24
1. Manajemen Pemasaran	24
2. Komunikasi Pemasaran	30
a) <i>Event marketing</i>	31
b) <i>Endorsement</i>	34

3. Perilaku konsumen	38
a) Keputusan Pembelian	41
b) Minat Beli	47
B. Tinjauan Pustaka	50
C. Kerangka Konseptual	54
D. Hipotesis	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
B. Populasi dan Sampel Penelitian	59
1. Populasi	59
2. Sampel	60
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	62
1. Sumber Data	62
2. Variabel	62
3. Skala Pengukuran	63
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	64
1. Teknik Pengumpulan Data	64
2. Instrumen Penelitian	64
E. Teknik Analisis Data	70
1. Uji Asumsi Klasik	71
2. Metode Pengujian Hipotesis	76
3. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	79

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	82
1. Gambaran Objek Penelitian <i>Make up</i> Wardah	82
2. Karakteristik Responden	83
3. Analisis Deskriptif Variabel	89
B. Hasil dan Analisis Data Penelitian	104
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	104
2. Uji Asumsi Klasik	106

3. Pengujian Ulang Asumsi Klasik Pasca Transformasi	113
4. Uji Hipotesis.....	118
5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	132

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Event marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	139
B. Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	141
C. Pengaruh <i>Event marketing</i> terhadap Minat Beli <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	144
D. Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Minat Beli <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	147
E. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	149
F. Pengaruh <i>Event marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dimediasi oleh Minat Beli.....	151
G. Pengaruh <i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Make up</i> Wardah pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dimediasi oleh Minat Beli.....	153

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	157
B. Saran.....	159

DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN.....	165