

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Permasalahan	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	19
2.2 Manajemen Pemasaran	21
2.3 Bauran Pemasaran	22
2.4 Promosi	25
2.4.1 Pengertian Promosi	25
2.4.2 Bauran Promosi.....	28
2.5 Advertising	31
2.5.1 Pengertian <i>Advertising</i> /Iklan	31
2.5.2 Tujuan Periklanan	33
2.5.3 Jenis Periklanan.....	34
2.6 Pemasaran Menggunakan Internet.....	35

2.7	<i>Celebrity Endorser</i>	36
2.7.1	Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	36
2.7.2	Penggunaan <i>Celebrity</i> Dalam Iklan	37
2.8	<i>Influencer Marketing</i>	40
2.9	Minat Beli	43
2.9.1	Pengertian Minat Beli.....	44
2.9.2	Indikator Minat Beli	45
2.10	Hubungan <i>Influencer</i> Terhadap Minat Beli	46
2.11	Penelitian Terdahulu.....	47
2.12	Kerangka Pemikiran	50
2.13	Hipotesis.....	53
2.13.1	Hipotesis Penelitian.....	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian.....	55
3.1.1.	Paradigma Penelitian.....	55
3.1.2.	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	56
3.1.3.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	57
3.1.4.	Teknik Pengumpulan Data	60
3.1.5.	Teknik Analisis Data.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	73
4.1.1	Gambaran Umum <i>Screamous</i>	73
4.1.2	Visi dan Misi <i>Screamous</i>	76
4.1.3	Makna Logo <i>Screamous</i>	76
4.1.4	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan <i>Screamous</i>	77
4.1.5	Ruang Lingkup Usaha <i>Screamous</i>	80
4.1.6	Gambaran Endorsement Influencer Pada <i>Screamous</i> Bandung	80
4.1.7	Gambaran Minat Beli Pada <i>Screamous</i> Bandung	82
4.1.8	Gambar Umum Responden/Konsumen <i>Screamous</i>	82
4.2	Pelaksanaan Endorsement Influencer Pada <i>Screamous</i> Bandung	84
4.2.1	<i>Visibility</i>	85
4.2.2	<i>Credibility</i>	89

4.2.3	<i>Attraction</i>	100
4.2.4	<i>Power</i>	106
4.2.5	Analisis Skor Variabel X Endorsement Influencer	110
4.3	Kondisi Minat Beli Konsumen Screamous Bandung.....	113
4.3.1	Minat Transaksional.....	113
4.3.2	Minat Referensial	115
4.3.3	Minat Preferensial	117
4.3.4	Minat Eksploratif	118
4.3.5	Analisis Skor Variabel Y Minat Beli.....	120
4.4	Pengaruh Endorsement Influencer Terhadap Minat beli Pada Screamous Bandung	122
4.4.1	Uji Validitas	122
4.4.2	Uji Reliabilitas	126
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	128
4.4.4	Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	129
4.4.5	Koefisien determinasi (r^2).....	131
4.4.6	Uji Hipotesis	133
4.5	Hambatan Serta Upaya Yang Dihadapi Oleh Screamous	135
4.5.1	Hambatan Yang di Hadapi Oleh Screamous Bandung	135
4.5.2	Upaya Yang di Lakukan Oleh Screamous Bandung.....	136

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	137
5.2	Saran	141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN