

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
RIWAYAT HIDUP.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	13
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA BERPIKIR.....	15
2.1 Administrasi Bisnis.....	15
2.1.1 Pengertian Administrasi.....	15
2.1.1 Pengertian administrasi bisnis.....	15
2.2 Pemasaran.....	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.2 Tujuan Pemasaran.....	17
2.2.3 Manajemen Pemasaran.....	18

2.2.4	Bauran Pemasaran	20
2.3	Digital Marketing	22
2.4	Media Sosial	24
2.5	Influencer Marketing	26
2.5.1	Pengertian Influencer Marketing	26
2.5.2	Indikator influncer Marketing	30
2.6	Keputusan pembelian	30
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.5.2	Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian.....	33
2.5.3	Proses Keputusan Pembelian.....	34
2.6	Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.7	Penelitian Terdahulu.....	35
2.8	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	37
2.8.1	Kerangka Pemikiran	37
2.8.2	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Metode Penelitian	42
3.1.1	Paradigma Penelitian	42
3.1.2	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	43
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	44
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.1.5	Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung	56
4.1.1	Sejarah Singkat Brand Baju JackArmy	56
4.1.2	Profil Perusahaan Brand Baju JackArmy	57
4.1.3	Visi dan Misi	58
4.1.4	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Brand Baju JackArmy.....	59
4.1.5	Lingkup Usaha Brand Baju JackArmy di Bandung	60
4.2	Pelaksanaan Influencer Marketing di Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung	61
4.2.1	Jangkauan	62
4.2.2	Kesesuaian.....	68
4.2.3	Getaran.....	69

4.2.4	Analisis Skor Variabel X Influencer Marketing.....	71
4.3	Keputusan Pembelian Konsumen di Brand Baju JackArmy di Kota Bandung.....	74
4.3.1	Pengenalan Masalah	74
4.3.2	Pencarian Informasi.....	77
4.3.3	Evaluasi Alternatif.....	80
4.3.4	Keputusan Pembelian	82
4.3.5	Perilaku Pasca Pembelian.....	84
4.3.6	Analisis Skor Variabel Y Keputusan Pembelian.....	87
4.4	Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung.....	90
4.4.1	Uji Validitas.....	90
4.4.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	93
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	95
4.4.4	Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	97
4.4.5	Koefisien Determinasi	99
4.4.6	Uji Hipotesis	100
4.5	Hambatan Serta Upaya Yang Di Hadapi Oleh Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung. .	102
4.5.1	Hambatan Yang Di Hadapi Oleh Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung Pada Pelaksanaan Influencer Marketing dalam Keputusan Pembelian.....	102
4.5.2	Usaha - usaha Yang Dilakukan Oleh Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung Dalam Menanggulangi Hambatan Yang Dihadapi	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran	108
5.2.1	Saran Bagi Brand Baju JackArmy Di Kota Bandung.....	108
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA.....		110
Lampiran 1.....		112
Lampiran 2.....		113
Lampiran 3.....		116
Lampiran 4.....		119