

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN...iii	
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Maksud Penelitian dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	13
2.2 <i>Personal Branding</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Personal Branding</i>	15
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Personal Branding</i>	16
2.2.3 Indikator <i>Personal Branding</i>	16
2.3 Kualitas Produk.....	17
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	18
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	18
2.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20

2.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.4.3	Proses Keputusan Pembelian	22
2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	23
2.5	PLS-SEM	24
2.5.1	Outer Model	25
2.5.2	Inner Model.....	25
2.6	Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran.....	25
2.6.1	Penelitian Terdahulu	25
2.6.2	Kerangka Pemikiran.....	34
2.7	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Obyek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	38
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	38
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	39
3.5	Metode Penarikan Sampel.....	42
3.6	Metode Pengumpulan Data	43
3.7	Pre Test, Uji Validitas, Dan Uji Relibilitas.....	44
3.8	Metode Analisis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Mother Of Pearl.....	49
4.1.2	Visi & Misi Mother Of Pearl	50
4.1.3	Produk Mother Of Pearl	50
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	55
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Personal Branding</i> (X1).....	55
4.3.2	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	58
4.3.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.3.4	Hasil Uji SEM-PLS.....	63
4.3.5	Analisis Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
4.3.6	Analisis Evaluasi Model Stuktural (<i>Inner Model</i>)	68
4.3.7	<i>Booststrapping</i>	69
4.3.8	Hasil Uji Hipotesis	71
4.4	Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	72

4.4.1. Pengaruh <i>personal branding</i> terhadap keputusan pembelian produk Mother Of Pearl.....	72
4.4.2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mother Of Pearl.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	80
LAMPIRAN.....	81