

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGARISME.....	iii
PEDOMAN TRANS LITERASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
B. Konsep dan Teori.....	11
1. Manajemen.....	11
a. Pengertian Manajemen.....	11
b. Fungsi Manajemen.....	13

2.	Manajemen Pemasaran.....	15
a.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
b.	Bauran Pemasaran.....	17
3.	Harga.....	19
4.	Personal Branding.....	22
5.	Minat Beli.....	27
a.	Pengertian Minat Beli Menurut Para Ahli.....	27
b.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	28
C.	Kerangka berpikir.....	29
D.	Hipotesis.....	32
BAB III	METODE PENELITIAN.....	33
A.	Metode dan Pendekatan.....	34
B.	Jenis dan Sumber Data.....	35
C.	Populasi dan Sampel.....	36
1.	Populasi.....	36
2.	Sampel.....	36
D.	Operasionalisasai Variabel.....	38
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
F.	Teknis Analisis Data.....	41
1.	Uji Validitas.....	42
2.	Uji Reabilitas.....	43
3.	Uji Regresi Linear Berganda.....	44
4.	Uji Hipotesis.....	45

5. Uji Koefisien Determinasi.....	47
6. Analisis Deskriptif.....	48
7. Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
a. Sejarah Berdirinya Alwa Hijab.....	50
b. Visi, Misi, dan Tujuan.....	52
c. Manajemen dan Organisasi.....	52
d. Produk-produk Pemasaran.....	54
2. Hasil Uji Validitas.....	55
3. Hasil Uji Reabilitas.....	59
4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	61
5. Hasil Uji Hipotesis.....	62
a. Uji t (Parsial).....	62
b. Uji f (Simultan).....	64
6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	65
B. Hasil Pembahasan.....	94
1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	94
2. Pengaruh <i>Persoonal Branding</i> (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	95
3. Pengaruh Harga (X1) dan <i>Personal Branding</i> (X2) terhadap Minat Beli Produk (Y) Alwa Hijab.....	96

BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Dari Tahun ke Tahun.....	2
Tabel 2.1.....	8
Tabel 3.1.....	38
Tabel 3.2.....	41
Tabel 3.3.....	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Mengenai Harga (X1).....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Mengenai <i>Personal Branding</i> (X2).....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Mengenai Minat Beli (Y).....	58
Tabel 4.4 Penjabaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.5 Penjabaran Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.6 Pernyataan 1.....	68
Tabel 4.7 Pernyataan 2.....	79
Tabel 4.8 Pernyataan 3.....	70
Tabel 4.9 Pernyataan 4.....	71
Tabel 4.10 Pernyataan 5.....	72
Tabel 4.11 Pernyataan 6.....	73
Tabel 4.12 Pernyataan 7.....	74
Tabel 4.13 Pernyataan 8.....	75
Tabel 4.14 Pernyataan 9.....	76
Tabel 4.15 Pernyataan 10.....	77
Tabel 4.16 Pernyataan 11.....	78

Tabel 4.17 Pernyataan 12.....	79
Tabel 4.18 Pernyataan 13.....	80
Tabel 4.19 Pernyataan 14.....	81
Tabel 4.20 Pernyataan 15.....	82
Tabel 4.21 Pernyataan 16.....	83
Tabel 4.22 Pernyataan 17.....	84
Tabel 4.23 Pernyataan 18.....	85
Tabel 4.24 Pernyataan 19.....	86
Tabel 4.25 Pernyataan 20.....	87
Tabel 4.26 Pernyataan 21.....	88
Tabel 4.27 Pernyataan 22.....	89
Tabel 4.28 Pernyataan 23.....	90
Tabel 4.29 Pernyataan 24.....	91
Tabel 4.30 Pernyataan 25.....	92
Tabel 4.32 Pernyataan 26.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	31
Gambar 4.1.....	50
Gambar 4.2.....	51
Gambar 4.3.....	52
Gambar 4.4.....	53
Gambar 4.5.....	53
Gambar 4.6.....	54
Gambar 4.7.....	55
Gambar 4.8.....	55
Gambar 4.9.....	56
Gambar 4.10.....	58
Gambar 4.11.....	59
Gambar 4.12.....	60
Gambar 4.13.....	60
Gambar 4.14.....	61
Gambar 4.15.....	63
Gambar 4.16.....	64
Gambar 4.17.....	65

