

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah</b> .....	<b>13</b>
<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	<b>13</b>
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>14</b>
<b>E. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>15</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
<b>A. Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>16</b>
<b>B. Konsep dan Teori</b> .....	<b>21</b>
1. Manajemen .....	<b>21</b>
a. Pengertian Manajemen .....	<b>21</b>
b. Fungsi Manajemen.....	<b>24</b>
c. Unsur-Unsur Manajemen.....	<b>25</b>
2. Manajemen Pemasaran .....	<b>27</b>
a. Pengertian Pemasaran .....	<b>27</b>

b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	29
c. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	31
3. <i>Korean wave</i> .....	32
a. Pengertian <i>Korean wave (Hallyu)</i> .....	32
b. Perkembangan <i>Korean wave (Hallyu)</i> .....	33
c. Produk <i>Korean Wave</i> .....	37
d. Indikator <i>Korean Wave</i> .....	40
4. <i>Brand Ambassador</i> .....	41
a. Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	41
b. Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	43
5. Keputusan Pembelian .....	45
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	45
b. Tahapan Proses Keputusan Pembeliann .....	47
c. Indikator Keputusan Pembelian.....	49
<b>C. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>50</b>
1. Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	51
2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	51
3. Pengaruh <i>Korean Wave</i> dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	52
<b>D. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
<b>A. Metode dan Pendekatan .....</b>	<b>54</b>
<b>B. Sumber Data .....</b>	<b>55</b>
1. Data Primer.....	55
2. Data Sekunder .....	55
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>56</b>
1. Populasi .....	56
2. Sampel .....	56
<b>D. Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian .....</b>	<b>58</b>
1. Variabel Penelitian .....	58
2. Operasional Variabel .....	59

<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>61</b>
1. Pengamatan ( <i>Observasi</i> ).....	61
2. Wawancara ( <i>Interview</i> ).....	61
3. Angket ( <i>Questioner</i> ) .....	62
4. Kepustakaan ( <i>Bibliography</i> ).....	63
<b>F. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>63</b>
1. Analisis Deskriptif.....	63
2. Uji Validitas.....	64
3. Uji Reliabilitas.....	65
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
5. Uji Hipotesis .....	66
6. Uji Korelasi .....	69
7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
<b>A. Hasil Penelitian .....</b>	<b>71</b>
1. Gambaran Umum Scarlett Whitening .....	71
a. Sejarah Berdirinya Scarlett Whitening .....	72
b. Produk Scarlett Whitening.....	73
2. Hasil Analisis Deskriptif .....	81
a. Hasil Analisis Karakteristik Responden .....	81
b. Deskripsi Hasil Penelitian.....	83
3. Hasil Uji Validitas .....	100
a. Hasil Uji Validitas <i>Korean wave</i> ( $X_1$ ) .....	101
b. Hasil Uji Validitas Brand Ambassador ( $X_2$ ).....	102
c. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	104
4. Hasil Uji Reliabilitas .....	105
a. Hasil Uji Reliabilitas <i>Korean wave</i> ( $X_1$ ).....	106
b. Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i> ( $X_2$ ).....	107
c. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	107
5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	108
6. Hasil Uji Hipotesis .....	109

a. Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	109
b. Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	114
7. Hasil Uji Korelasi .....	117
8. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	118
<b>B. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>120</b>
1. Pengaruh <i>Korean wave</i> ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Scarlett Whitening pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018 .....	120
2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Scarlett Whitening pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi da Bisnis Islam Universitas Islam negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018 .....	122
3. Pengaruh <i>Korea wave</i> ( $X_1$ ) dan <i>Bran Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y) Scarlett Whitening pada Mahasiswa Jurusa Manajemen Fakultas Ekonomi da Bisnis Islam Universitas Islam negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018 .....	123
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>126</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>126</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>127</b>
<b>DATAR PUSTAKA .....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>134</b>