

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi	2
1.1.4 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.4 Promosi.....	14
2.1.5 Bauran Promosi	14
2.1.6 Influencer Marketing.....	16
2.1.7 Dimensi Influencer Marketing	16
2.1.8 Produk	17
2.1.9 Atribut Produk.....	17
2.1.10 Tingkatan Produk	18

2.1.11	Klasifikasi Produk.....	18
2.1.12	Kualitas Produk.....	19
2.1.13	Dimensi Kualitas Produk	19
2.1.14	Perilaku Konsumen	20
2.1.15	Keputusan Pembelian.....	21
2.1.16	Hubungan Antar Variabel	22
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Hipotesis Penelitian	35
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	35
METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Variabel Operasional.....	36
3.3	Skala Pengukuran.....	39
3.4	Tahap Penelitian.....	41
3.5	Populasi dan Sampel	42
3.5.1	Populasi	42
3.5.2	Sampel	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.1	Data Primer.....	44
3.6.2	Data Sekunder.....	44
3.7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
3.7.1	Uji Validitas.....	44
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.8	Teknik Analisis Data.....	48
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.8.2	Uji Methods Successive Interval (MSI)	50
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.9	Uji Hipotesis	53
3.9.1	Uji Parsial (Uji t)	53
3.9.2	Uji Simultan (Uji F).....	54
3.10	Koefisien Determinasi.....	54

BAB IV.....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Pengumpulan Data	55
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	57
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	58
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Penggunaan Produk Uniqlo	58
4.3 Hasil Penelitian	59
4.3.1 Analisis Deskriptif	59
4.3.2 Methods of Successive Interval (MSI).....	68
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	68
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.4 Uji Hipotesis	74
4.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	74
4.4.2 Uji Simultan (Uji F)	75
4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
4.6 Analisis Hasil Penelitian	77
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran bagi Perusahaan Uniqlo	80
5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	84