



DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

BAB 1 PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang Masalah 1

 1.2 Rumusan Masalah 5

 1.3 Tujuan Penelitian 6

 1.4 Manfaat Penelitian 6

 1.5 Sistematika Penulisan 7

BAB II LANDASAN TEORI 10

 2.1 Landasan Teori 16

 2.1.1 Pemasaran 10

 2.1.2 Manajemen Pemasaran 11

 2.1.3 Iklan Televisi 12

 2.1.4 Celebrity Endorser 18

 2.1.5 Minat Beli 22

 2.2 Pandangan Islam Jual Beli 25

 2.3 Penelitian Terdahulu 26

 2.4 Variabel Penelitian 30

 2.5 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian 30

 2.6 Kerangka Pemikiran 34

Hak Cipta Diduduki Urang Hindang
1. Dilindungi sebagai karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Peneliti yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4 Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.2 Perkembangan Perusahaan.....	44
4.3 Produk-Produk Perusahaan.....	45
4.4 Sejarah Produk Pencuci Piring Sunlight	47
4.5 Visi dan Misi Perusahaan	47
4.6 Struktur Organisasi Perusahaan	48
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
5.1 Identitas Responden	51
5.2 Karakteristik Responden	51
5.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
5.2.2 Responden Berdasarkan Umur	52
5.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
5.2.4 Komposisi Jenis Pekerjaan Responden.....	54
5.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan	55
5.3 Deskripsi Variabel.....	55
5.3.1 Iklan Televisi (X1).....	56
5.3.2 Celebrity Endorser (X ₂)	58

