

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Teoritis	10
2.1.1 Citra Merek.....	10
2.1.1.1 Pengertian Citra.....	10
2.1.1.2 Pengertian Merek	11
2.1.1.3 Pengertian Citra Merek	12
2.1.1.4 Indikator Citra Merek.....	13
2.1.2 Harga	14
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	14
2.1.2.2 Kebijakan Penetapan Harga	15
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.2.4 Indikator Harga	16
2.1.3 Kualitas Produk	17
2.1.3.1 Pengertian Kualitas	17
2.1.3.2 Pengertian Produk	17
2.1.3.3 Tingkatan Produk.....	19
2.1.3.4 Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.1.3.5 Indikator Kualitas Produk	21

2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.1.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
2.1.4.3 Peran Konsumen Dalam Membeli	30
2.1.4.4 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan	31
2.4.4.5 Indikator Keputusan Pembelian	32
2.2 Penelitian Relevan	32
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	41
3.3.1 Variabel Penelitian	41
3.3.2 Defenisi Operasional	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Observasi	44
3.4.2 Kuesioner	44
3.5 Uji Instrumen Penelitian	45
3.5.1 Uji Validitas	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	48
3.6.1.1 Uji Multikolinieristas	48
3.6.1.2 Uji Normalitas	48
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.6.3 Pengujian Hipotesis	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
4.1.4 Produk Kosmetik Wardah	55
4.1.5 Keunggulan Kosmetik Wardah Dibanding Kosmetik Merek Lain	56
4.1.6 Gambaran Umum Responden.....	56
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.3 Analisis Data Penelitian.....	62
4.3.1 Transformasi Data Ordinal Ke Interval	62
4.4 Teknik Analisis Data	62
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	62
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	66
4.6 Uji Hipotesis	67
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	