

DAFTAR ISI

ABSTRAK

PLAGIARISME

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL v

DAFTAR GAMBAR vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Identifikasi Masalah 7

C. Rumusan Masalah 7

D. Tujuan Penelitian 8

E. Kegunaan Penelitian 8

F. Kerangka Berpikir 9

G. Hipotesis 12

H. Model Berpikir 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu 14

B. Kajian Teori Manajemen 19

C. Kajian Teori Manajemen Pemasaran 20

| | |
|--|------------|
| D. Kajian Teori Tentang Variabel Penelitian | 21 |
| E. Kajian Teori Tentang Aplikasi Variabel Penelitian | 32 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Metode Penelitian | 33 |
| B. Populasi dan Sampel | 34 |
| C. Operasionalisasi Variabel | 35 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 49 |
| E. Teknik Pengolahan Data | 51 |
| F. Lokasi dan Jadwal Penelitian | 58 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum | 61 |
| B. Hasil Penelitian | 62 |
| C. Pembahasan Penelitian | 108 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 111 |
| B. Saran | 112 |
| DAFTAR PUSTAKA | 113 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

Daftar Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 36 |
| Tabel 3.2 Pengukuran <i>Skala Likert</i> | 51 |
| Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Determinasi | 59 |
| Tabel 3.4 Jadwal Penelitian | 60 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden | 62 |
| Tabel 4.2 Interval Skor Responden Tiap Item Variabel Penelitian | 63 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Pendekatan Pendahuluan | 64 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Presentasi dan Peragaan | 66 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Mengatasi Keberatan | 68 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Menutup Penjualan | 70 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Tindak Lanjut dan Pemeliharaan | 72 |
| Tabel 4.8 Ringkasan Pendapat Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Personal Selling</i> | 73 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Materi Pemasaran | 75 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Transportasi dan Penyambutan | 77 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Nuansa, Suasana, dan Dekorasi | 79 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Hidangan..... | 81 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Hiburan dan Kegiatan | 83 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai <i>Amenities</i> dan <i>Souvenir</i> | 85 |
| Tabel 4.15 Ringkasan Pendapat Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>event</i> | 86 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah | 88 |
| Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi | 90 |
| Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Alternatif | 92 |
| Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian | 94 |
| Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pascapembelian | 96 |
| Tabel 4.21 Ringkasan Pendapat Responden Terhadap Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian | 97 |
| Tabel 4.22 Hasil Pengujian Validitas | 99 |
| Tabel 4.23 Pengujian Reliabilitas X1 | 101 |
| Tabel 4.24 Pengujian Reliabilitas X2 | 101 |
| Tabel 4.25 Pengujian Reliabilitas Y | 102 |
| Tabel 4.26 Koefisien Regresi Berganda (<i>personal selling</i> dan <i>event</i>) Terhadap Keputusan Pembelian | 102 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji T (Parsial) | 104 |
| Tabel 4.28 Hasil Uji F (Simultan) | 105 |
| Tabel 4.29 Koefisien Determinasi | 106 |
| Tabel 4.30 Interpretasi Koefisien Determinasi | 107 |

Daftar Gambar

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Model Berpikir | 13 |
| Gambar 2.1 Model Lima Tahap Keputusan Pembelian Konsumen | 26 |
| Gambar 3.1 Garis Kontinun | 53 |

