

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Manajemen	19
1. Pengertian Manajemen.....	19
2. Pengertian Pemasaran.....	20
3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
B. Citra Merek	22
1. Pengertian Citra.....	22
2. Pengertian Merek.....	23
3. Pengertian Citra Merek.....	25
C. Harga	31
1. Pengertian Harga.....	32
2. Tujuan Penetapan Harga.....	32
3. Faktor Penetapan Harga.....	34
D. Keputusan Pembelian	35
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	35

2. Tahap-tahap proses pengambilan keputusan.....	37
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	38
BAB III.....	42
METODOLOGI PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Populasi dan Sampel.....	43
1) Populasi.....	43
2) Sampel.....	44
C. Variabel dan Operasional Variabel Penelitian.....	47
1. Variabel Penelitian.....	47
2. Operasional Variabel.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	52
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Reabilitas.....	52
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
F. Uji Hipotesis.....	56
1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	56
2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	59
G. Uji Korelasi.....	60
H. Analisis Koefisien Determinasi.....	61
I. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	62
1. Tempat Penelitian.....	62
2. Jadwal Penelitian.....	62
BAB IV.....	64
ANALISIS PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Profil Kosmetik Wardah.....	64
1. Sejarah Industri Kosmetik.....	64
2. Visi Misi Perusahaan.....	66

3. Struktur Organisasi.....	67
B. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	68
1. Klasifikasi Kuesioner.....	68
2. Sistematika Penyebaran Kuesioner.....	68
C. Profil Responden.....	69
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	69
3. Profil Responden Berdasarkan Kelas Jurusan Manajemen.....	70
4. Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Kosmetik Wardah.....	71
D. Analisis Data.....	71
1. Pengolahan Data Kuesioner.....	71
2. Uji Validitas.....	82
3. Uji Reabilitas.....	84
4. Analisis Linear Berganda.....	86
5. Uji Korelasi.....	88
6. Uji Parsial (Uji t).....	89
7. Uji Simultan (Uji F).....	91
8. Koefisien Determinasi.....	92
E. Pembahasan.....	93
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	94
3. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
BAB V.....	97
PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	103



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

gambar 1.1 Penjualan Kosmetik.....	5
gambar 1.2 Model Pemikiran.....	6



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Table 3.1 Proposi Sampel.....	46
Table 3.2 Operasional Variabel.....	48
Table 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	61
Table 3.4 Jadwal Penelitian.....	62
Table 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Table 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	69
Table 4.3 Profil Responden Berdasarkan Kelas.....	70
Table 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Kosmetik Wardah.....	71
Table 4.5 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek.....	72
Table 4.6 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Harga.....	76
Table 4.7 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	79
Table 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	83
Table 4.9 Hasil Uji Validitas Harga.....	83
Table 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Citra Merek.....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Harga.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi.....	88
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	90
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.18 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi.....	92