

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

RIWAYAT PENELITI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR ..... i

DAFTAR ISI ..... v

DAFTAR TABEL ..... viii

DAFTAR GAMBAR ..... ix

DAFTAR GRAFIK ..... x

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	8
F. Kerangka Pemikiran .....	9
G. Penelitian Terdahulu .....	12
H. Hipotesis .....	15

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran .....	18
1. Pengertian Manajemen .....	18
2. Pengertian Pemasaran .....	19
3. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	21
B. Merek ( <i>brand</i> ) .....	22
1. Pengertian Merek .....	22
2. Manfaat Merek .....	24
3. Keputusan Pemberian Merek .....	25
4. Karakteristik Merek .....	27
5. Tingkatan Merek .....	28
C. Citra ( <i>Image</i> ) .....	29
D. Citra Merek ( <i>brand image</i> ) .....	30
1. Pengertian Citra Merek .....	30
2. Dimensi Citra Merek .....	32
3. Manfaat Citra Merek .....	38
4. Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek .....	38

E.	Kualitas Produk.....	39
1.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas.....	43
2.	Dimensi Kualitas Produk.....	44
F.	Harga.....	45
1.	Pengertian Harga .....	46
2.	Faktor-faktor yang memengaruhi Tingkat Harga .....	48
3.	Faktor-faktor yang memengaruhi Penetapan Harga .....	50
G.	Keputusan Pembelian .....	52
1.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	56

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A.	Metode Penelitian .....	60
B.	Populasi dan Sampel .....	61
1.	Populasi .....	61
2.	Sampel .....	62
C.	Variabel dan Operasional Variabel Penelitian .....	66
1.	Variabel Penelitian .....	66
2.	Operasional Variabel .....	67
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	71
E.	Skala Pengukuran dan Instrumen .....	72
F.	Teknik Analisis Data .....	76
1.	Uji Validitas .....	76
2.	Uji Reliabilitas .....	77
3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
G.	Uji Hipotesis .....	80
1.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	80
2.	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	83
3.	Analisis Korelasi Berganda.....	85
4.	Korelasi Determinasi ( $R^2$ ).....	86
H.	Tempat dan Jadwal Penelitian .....	87
1.	Tempat Penelitian .....	87
2.	Jadwal Penelitian .....	88

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	89
1.	Profil Perusahaan Produk Wardah .....	89
2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	91
3.	Struktur Organisasi Perusahaan .....	91
4.	Lokasi Perusahaan.....	92
B.	Profil UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	93
1.	Sejarah UIN Sunan Gunung Djati Bandung .....	93
C.	Pengolahan Data .....	94
1.	Pengolahan Data Deskriptif .....	94
a.	Pengolahan Data Deskriptif Karakteristik Responden.....	94

b.	Analisis Deskriptif Berdasarkan Kuesioner .....	96
2.	Pengolahan Data Verifikatif.....	102
a.	Pengolahan Data Uji Validitas.....	102
b.	Pengolahan Data Uji Reliabilitas .....	104
c.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
d.	Pengolahan Data Uji Parsial (Uji t) .....	106
e.	Pengolahan Data Uji Simultan (Uji F).....	106
f.	Analisis Koefisien Korelasi .....	107
g.	Pengolahan Data Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	107
D.	Analisis dan Pembahasan .....	108
1.	Pengolahan Data Deskriptif .....	108
2.	Analisa dan Pembahasan Verifikatif .....	109
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	118
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
A.	Kesimpulan .....	122
B.	Saran .....	123

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1	Proporsi Sampel.....	65
Tabel 3.2	Operasional Variabel .....	67
Tabel 3.3	Pembobotan Kriteria Jawaban .....	73
Tabel 3.4	Tabel Skala Interval Citra Merek .....	74
Tabel 3.5	Tabel Skala Interval Kualitas Produk.....	75
Tabel 3.6	Tabel Skala Interval Harga .....	75
Tabel 3.7	Tabel Skala Interval Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 3.8	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	85
Tabel 3.9	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	87
Tabel 3.10	Jadwal Penelitian .....	88
Tabel 4.1	Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
Tabel 4.2	Data Responden berdasarkan Usia .....	95
Tabel 4.3	Data Responden berdasarkan Jurusan .....	95
Tabel 4.4	Data Responden berdasarkan Uang Saku .....	96
Tabel 4.5	Tabel Skor/Bobot Penilaian Jawaban Kuesioner.....	97
Tabel 4.6	Gambaran Kuesioner mengenai Citra Merek .....	97
Tabel 4.7	Gambaran Kuesioner mengenai Kualitas Produk.....	99
Tabel 4.8	Gambaran Kuesioner mengenai Harga.....	100
Tabel 4.9	Gambaran Kuesioner mengenai Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 4.10	Pengolahan Data Validitas Variabel Citra Merek .....	102
Tabel 4.11	Pengolahan Data Validitas Variabel Kualitas Produk .....	102
Tabel 4.12	Pengolahan Data Validitas Variabel Harga .....	103
Tabel 4.13	Pengolahan Data Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	104
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	104
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Harga .....	104
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	105
Tabel 4.18	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	105
Tabel 4.19	Uji Parsial (Uji T) .....	106
Tabel 4.20	Hasil analisi regresi secara bersamaan (Uji F).....	106
Tabel 4.21	Uji Analisis Koefisien Korelasi .....	107
Tabel 4.22	Uji Analisis Koefisien Determinasi .....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penjualan Kosmetik di Indonesia .....	2
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran .....	11
Gambar 2.1	Hubungan Sistem Kualitas .....	43
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Model Lima Tahap .....	57



## DAFTAR GRAFIK

Gambar 3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji-T).....	82
Gambar 3.2	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji F) .....	84
Gambar 4.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dalam Pengujian Hipotesis Uji Distribusi t (Citra Merek).....	113
Gambar 4.2	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dalam Pengujian Hipotesis Uji Distribusi t (Kualitas Produk).....	114
Gambar 4.3	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dalam Pengujian Hipotesis Uji Distribusi t (Harga).....	115

