

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Tujuan Penelitian .....	14
E. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
B. Konsep Dan Teori .....	34
1. Tinjauan Tentang Manajemen.....	34
2. Tinjauan Tentang Pemasaran .....	37

3. Bauran Pemasaran .....	42
4. Harga .....	42
5. Produk .....	51
6. Promosi.....	59
7. Tempat.....	62
8. Keputusan Pembelian.....	65
C. Kerangka Berpikir .....	70
D. Hipotesis.....	75
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>77</b>
A. Metode Dan Pendekatan .....	77
B. Jenis Dan Sumber Data .....	78
C. Populasi Dan Sampel .....	79
D. Operasionalisasi Variabel.....	83
E. Teknik Pengumpulan Data.....	87
F. Teknik Analisis Data.....	90
G. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	98
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>100</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	100
B. Deskripsi Data.....	102
C. Teknik Pengolahan Data .....	106
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	123
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>134</b>
A. Kesimpulan .....	134

B. Saran.....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>142</b>
Lampiran 1: SK Skripsi.....	142
Lampiran 2: Kuisisioner Penelitian .....	143
Lampiran 3: Hasil Jawaban Kuisisioner Penelitian .....	148
Lampiran 4: Distribusi r tabel, t tabel dan F tabel.....	159
Lampiran 5: Hasil Uji SPSS tiap analisis.....	162
Lampiran 6: Hasil Analisis Regresi Uji Parsial dan Simultan .....	169



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Produk Lokal Masuk List Top Brand.....	6
Gambar 2.1 Fungsi Manajemen .....	37
Gambar 2.2 Konsep Inti Pemasaran.....	38
Gambar 2.3 Bauran Pemasaran Kotler Dan Armstrong (2008).....	42
Gambar 2.4 <i>Marketing Mix</i> .....	44
Gambar 2.5 Klasifikasi Produk.....	52
Gambar 2.6 Proses Keputusan Pembelian .....	66
Gambar 2.7 Kerangka Berfikir.....	75
Gambar 4.1 Logo Madame Gie.....	103
Gambar 4.2 Produk Madame Gie.....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei pada Mahasiswi Manajemen Tahun Angkatan 2018-2021 .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2.2 7 Strategi Penyesuaian Harga .....	46
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018-2021 Berdasarkan Kelas Dan Tahun Angkatan.....	80
Tabel 3.2 Operasional variabel Penelitian .....	82
Tabel 3.3 Skor dan Pernyataan.....	90
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	99
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas .....	104
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun di Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	105
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Harga (X!), Produk (X2), Promosi (X3), Tempat (X4) dan Keputusan Pembelian (Y) .....	107
Tabel 4.4 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas .....	109
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	110
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X2) .....	111
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3) .....	111
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel tempat (X4).....	112
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	113

Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	114
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	117
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Koefisien Secara Simultan (Uji F) .....	120
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	122
Tabel 4.14 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi .....	123

