

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN OROSINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Keputusan Pembelian	9
2.1.2.1 Proses Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Citra Merek	16
2.1.3.1 Tujuan Pemberian Merek	17
2.1.4 Harga	19
2.1.4.1 Tinjauan Penentuan Harga	21
2.1.4.2 Jenis-jenis Harga	22
2.1.4.3 Dimensi Harga	23
2.1.5 Promosi.....	24
2.1.51 Dimensi Promosi.....	27
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.4 Hipotesis.....	31
2.5 Model Penelitian	32
 BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Riset.....	33
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	34

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.4 Unit Analisis.....	37
3.5 Definisi Operasional Variabel	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.6.4Uji F danUji t.....	42
3.6.5Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Karakteristik Responden	45
4.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
4.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.1.4 Uji Hipotesis.....	52
4.1.4.1 Uji t	52
4.1.4.1 Uji F	54
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.3 Temuan Peelitian.....	58
4.4 Keterbatasan Penelitian	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	61
5.3 Implikasi Penelitian.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Tabel Top Brand Index Produk Lipstick Oriflame	3
1.2 Daftar Harga Lipstick.....	4
2.1 Tabel Hasil PenelitianTerdahulu.....	28
3.1 Tabel Instrumen Skala Likert Dalam Penelitian	36
3.2 Tabel OperasionalVariabel.....	38
3.3 Tabel Cronbach Alpha	41
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	46
4.3 Karakteristik Responen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.5 Uji Validitas	48
4.6 Reliability Statistics	50
4.7 Hasil Analisis Regresi.....	51
4.8 Hasil Uji t	52
4.9 Hasil Uji F	54
4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55

DAFTAR GAMBAR

Halaman

2.1 Proses Keputusan Pembelian	11
2.2 Model Penelitian	28

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuisioner	66
2. Tabulasi Pre-Test 30 Responden.....	70
3. Hasil Uji Validitas	71
4. Hasil Uji Reliabilitas	80
5. Tabulasi Data 100 Responden.....	81
6. Hasil Uji Regresi, Uji t, Uji F, Koefisien Determinas (R^2).....	86