

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan pembahasan Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran.....	11
2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	12
2.3. Periklanan	14
2.4. Citra Merek.....	18
2.5. Kualitas Produk.....	20
2.6. Keputusan Pembelian.....	23
2.7. Penelitian Terdahulu	26
2.8. Kerangka Berpikir Penelitian	29
2.9. Hipotesis	30
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	
3.1. Desain Riset	31
3.2. Jenis dan Sumber Data	31
3.3. Populasi,Sampel,dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4. Unit Analisis	33
3.5. Definisi Operasional Variabel	34
3.6. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Hasil Penelitian	43
4.2. Uji Asumsi Klasik.....	48

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.4. Pengujian Hipotesis	53

BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN

5.1. Pembahasan Hasil Penelitian	57
5.2. Temuan Penelitian	58
5.3. Keterbatasan Penelitian	58

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	60
6.2. Saran	61
6.3. Implikasi Penelitian	62

DAFTAR PUSTAKA	64
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	66
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

1.1. Tabel <i>Top Brand Index</i> Kategori Kosmetik Bedak Padat tahun 2017-2019	4
2.1. Tabel Hasil Penelitiann Terdahulu.....	27
3.1. Tabel Skala Likert	31
3.2. Tabel Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3. Tabel Cronbach Alpha	39
4.1. Tabel Uji Validitas	46
4.2. Tabel Hail Uji Reliabilitas.....	48
4.3. Tabel Hasil Uji Multikolinearits	50
4.4. Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
4.5. Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)	53
4.6. Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)	54
4.7. Tabel Hasil Koefisien Determinasi (R2)	56

DAFTAR GAMBAR

1.1. Gambar Hasil Pra Survey Pengaruh Iklan.....	4
1.2. Gambar Hasil Pra Survey Citra Merek	5
1.3. Gambar Hasil Pra Survey Kualitas Prduk	6
1.4. Gambar Wardah Lightening Two-Way Cake Light Feel.....	7
1.5. Gambar Wardah Lightening Loose Powder	8
1.6. Gambar Wardah Exclusive Two-Way Cake	8
1.7. Gambar Wardah Instaperfect Matte Fit Powder Foundation.....	9
2.1. Gambar Model Perilaku Konsumen Sederhana	13
2.2. Gambar Tahap Peroses Keputusan Pembelian	25
2.3. Gambar Model Penelitian.....	30
4.1. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.2. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.3. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.4. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	45
4.5. Gambar Uji normalitas	49
4.6. Gambar Uji Heteroskedastitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra Survey	66
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 3	Karakteristik 150 Responden	72
Lampiran 4	Pra Test 30 Responden	73
Lampiran 5	Tabel Tabulasi Data 150 Responden	77
Lampiran 6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	85
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik.....	91
Lampiran 8	Uji Hipotesis.....	93