

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
1.1. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	7
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Pengertian Merek	9
2.1.1 Tujuan Merek	9
2.1.2 Citra Merek	9
2.1.3 Manfaat Citra Merek	10
2.1.4 Karakteristik Merek	10
2.1.5 Dimensi Citra Merek	11
2.1.5.1 Indikator Citra Merek	12
2.2. Pengertian Produk	12
2.2.1 Klasifikasi Produk	13
2.2.2 Kualitas Produk	14
2.2.3 Dimensi Kualitas Produk	14
2.3. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	15
2.3.1 Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	16
2.3.2 Electronic <i>Word Of Mouth</i>	17
2.3.3 Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	18
2.4. Minat Beli Ulang	19
2.4.1 Aspek-Aspek Minat Beli Ulang	20
2.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	20
2.4.3 Pengertian Minat Beli Ulang	21
2.4.4 Dimensi Minat Beli Ulang	22
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	22
2.6. Hubungan Antara Variabel	28
2.7. Hipotesis Penelitian	29
2.8. Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1.	Desain Riset.....	31
3.2.	Jenis dan Sumber Data	31
3.2.1	Jenis Data	31
3.2.2	Sumber Data	31
3.3.	Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5.	Unit Analisis Data	36
3.6.	Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.6.3	Analisis Index jawaban.....	37
3.7	Uji Hipotesis.....	38
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.2	Uji Parsial (t)	39
3.7.3	Uji F.....	39
3.7.4	Koefisien Determinasi (R ²)	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (Rp)	42
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .	42
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	43
4.2	Uji Kualitas Data	44
4.2.1	Uji Validitas	44
4.2.2	Uji Realiabilitas.....	45
4.2.3	Variabel Citra Merek.....	45
4.2.4	Variabel Kualitas Produk	46
4.2.5	Variabel Word Of Mouth	47
4.2.6	Variabel Minat Beli Ulang	48
4.3	Uji Hipotesis.....	49
4.3.1	Uji Simultan (F)	49
4.3.2	Uji Parsial (t)	50
4.3.3	Koefisien Determinasi (R ²).....	51
BAB V	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	52
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	52
5.1.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Bedak Tabur Wajah Wardah	52
5.1.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Bedak Tabur Wajah Wardah	52
5.1.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Bedak Tabur Wajah Wardah	52
5.1.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Bedak Tabur Wajah Wardah	53

5.2	Temuan Penelitian.....	53
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB VI PENUTUP.....		55
6.1	Kesimpulan Penelitian.....	55
6.1.1	Kesimpulan.....	55
6.2	Saran.....	55
6.2.1	Bagi Perusahaan.....	55
6.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	56
6.3	Implikasi Penelitian.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN.....		68

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Top Brand Index Kosmetik Bedak Muka Tabur Wajah 2018-2020.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Ukuran Skala Interval	31
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 3.3	Nilai Reliabilitas.....	37
Tabel 3.4	Interpretasi Nilai Indeks.....	38
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendapatan (Rp).....	42
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.7	Uji Reabilitas.....	45
Tabel 4.8	Indeks Citra Merek.....	46
Tabel 4.9	Indeks Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.10	Indeks <i>Word Of Mouth</i>	47
Tabel 4.11	Indeks Minat Beli Ulang.....	48
Tabel 4.12	Hasil Tabel Uji F.....	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (t).....	50
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Perhitungan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia	2
1.2	Survei Minat Pembelian Produk.....	2
2.1	Model penelitian	30
3.2	Operasional Variabel Penelitian	34

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
1.	Lampiran Pra Survey.....	42
2.	Lampiran Kuisisioner.....	43
3.	Lampiran Tabulasi 100 Responden.....	63
4.	Lampiran Karakteristik 100 Responden.....	69
5.	Lampiran Tabulasi 30 Responden Citra Merek.....	71
6.	Lampiran Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	72
7.	Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1).....	74
8.	Lampiran Tabulasi 30 Responden Kualitas Produk.....	75
9.	Lampiran Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	76
10.	Lampiran Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X2).....	78
11.	Lampiran Tabulasi 30 Responden Word Of Mouth.....	79
12.	Lampiran Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X3).....	80
13.	Lampiran Hasil Uji Realibilitas Word Of Mouth (X3).....	81
14.	Lampiran Tabulasi 30 Responden Minat Beli Ulang.....	82
15.	Lampiran Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y).....	83
16.	Lampiran Hasil Uji Realibilitas Minat Beli Ulang (Y).....	84
17.	Lampiran Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	85