

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	7
1.4 Perumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Teori Terkait Variabel Penelitian .....	9
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.1.1 Komponen <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.1.2 Jenis <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.1.3 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.1.4 Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i> .....	11
2.1.2 <i>Word of Mouth</i> .....	11
2.1.2.1 Jenis <i>Word Of Mouth</i> .....	12
2.1.2.2 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya <i>Word Of Mouth</i> .....	12
2.1.2.3 Dimensi dan Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	14
2.1.2.4 Manfaat <i>Word Of Mouth</i> .....	14
2.1.3 Harga .....	15
2.1.3.1 Tujuan Penetapan Harga .....	16
2.1.3.2 Peranan Harga .....	17
2.1.3.3 Strategi Penetapan Harga .....	18
2.1.3.4 Fungsi Penetapan Harga .....	20
2.1.3.5 Dimensi dan Indikator Harga .....	20
2.1.4 <i>Purchase Intention</i> .....	21

2.1.4.1	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> .....	21
2.1.4.2	Dimensi dan Indikator <i>Purchase Intention</i> .....	22
2.1.5	Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
2.1.6	Hubungan Antar Variabel .....	28
2.1.6.1	Hubungan <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) .....	28
2.1.6.2	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) .....	28
2.1.6.3	Hubungan Harga (X3) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) .....	28
2.1.7	Hipotesis .....	29
2.1.8	Model Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Desain Riset .....	31
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.2.1	Jenis Data .....	31
3.2.2	Sumber Data .....	32
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.3.1	Populasi .....	32
3.3.2	Sampel .....	33
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.4	Unit Analisis .....	34
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	34
3.5.1	Variabel Dependen .....	34
3.5.1.1	<i>Purchase Intention</i> (Y) .....	34
3.5.2	Variabel Independen .....	34
3.5.2.1	<i>Brand Image</i> (X1) .....	35
3.5.2.2	<i>Word Of Mouth</i> (X2) .....	35
3.5.2.3	Harga (X3) .....	35
3.6	Teknik Analisis Data .....	39
3.6.1	Uji Validitas .....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.7	Uji Persyaratan Analisis Data .....	41
3.7.1	Uji Normalitas .....	41
3.7.2	Uji Multikolinieritas .....	42
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.7.4	Uji Autokorelasi .....	42
3.8	Uji Hipotesis .....	43
3.8.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.8.2	Uji F (Uji Simultan) .....	44
3.8.3	Uji t (Uji Parsial) .....	45

3.8.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Karakteristik Responden	48
4.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data	55
4.3.1 Uji Normalitas	55
4.3.2 Uji Multikolinieritas	56
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.3.4 Uji Autokorelasi	58
4.4 Analisis Data	58
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.4.2 Uji F	59
4.4.3 Uji t	60
4.4.4 Koefisien Determinasi	61
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	<b>63</b>
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	63
5.1.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1), <i>Word Of Mouth</i> (X2) dan Harga (X3) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y)	63
5.1.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y)	63
5.1.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y)	64
5.1.4 Pengaruh Harga (X3) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y)	65
5.1.5 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Lebih Dominan Terhadap <i>Purchase Intention</i> Pada Kosmetik Maybelline	65
5.2 Temuan Penelitian	66
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>67</b>
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	67
6.3 Implikasi Penelitian	68
<b>DAFTAR REFERENSI</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	31
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Jakarta Barat Menurut Jenis Kelamin Wanita Dan Kecamatan 2018	32
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.4 Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	40
Tabel 4.1 Usia Responden	48
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.3 Pendapatan Perbulan	49
Tabel 4.4 Durasi Menggunakan Makeup Dalam Satu Minggu	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.12 Hasil Uji F Terhadap Variabel Dependent (Y)	60
Tabel 4.13 Hasil Uji t	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Hasil Pra Survey <i>Brand Image</i> .....	4
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey <i>Word of Mouth</i> .....	5
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Harga.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30
Gambar 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey.....	76
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	85
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	86
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Lampiran 6 Tabulasi Data 100 Responden.....	91
Lampiran 7 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	103
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	105