

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Teori S-O-R (<i>Stimulus-Organims-Respons</i>)	12
2. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	13
3. Promosi	14
4. Citra Merek	19
5. Variasi Produk.....	25
6. Keputusan Pembelian	26
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berfikir.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Setting Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
D. Desain dan Definisi Operasional	40
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	42

F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Uji Asumsi Klasik	46
H. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Objek Penelitian	50
a. Profil Umum Objek Penelitian	50
b. Produk Kosmetik Wardah	50
c. Gambaran Umum Responden.....	51
d. Deskripsi Data Variabel Penelitian	53
2. Analisis Data	57
a. Uji Instrumen Data	57
b. Uji Reliabilitas	60
c. Uji Asumsi Klasik	60
d. Uji Regresi Linier Berganda.....	65
e. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	66
f. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	68
g. Uji Koefisien Determinasi	69
B. Pembahasan.....	69
1. Pengaruh Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah	69
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah	70
3. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah	71
4. Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah	72
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1 Varian Produk	51
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas X1 Promosi	57
Tabel 4.5 Uji Validitas X2 Citra Merek	58
Tabel 4.6 Uji Validitas X3 Variasi Produk.....	58
Tabel 4.7 Uji Validitas Y Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Instrumen Y Keputusan Pembelian ..	60
Tabel 4.9 Kolmogorov Smirnov	63
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.12 Uji t X1 Promosi	66
Tabel 4.13 Uji t X2 Citra Merek	67
Tabel 4.14 Uji t X3 Variasi Produk.....	67
Tabel 4.15 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	68
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Brand Makeup Lokal Terlaris	2
Grafik 4.1 Normal P –P Plot	61
Grafik 4.2 Histogram	62
Grafik 4.3 Uji Heteroskedastistas Metode Scatterplot	64

