

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	8
D. Manfaat Penulisan.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	10
1. <i>Grand Theory</i>	10
2. Loyalitas Pelanggan.....	12
3. Persepsi Harga.....	16
4. Kualitas Produk.....	24
5. Citra Merek	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis Penelitian	37
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen Scarlett	37
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Scarlett	38
3. Pengaruh Cita Merek terhadap Loyalitas Konsumen Scarlett	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Metode Penelitian	41

B. Sumber Data.....	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
D. Variabel Penelitian.....	44
E. Definisi Operasional	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
H. Uji Asumsi Klasik	48
I. Teknik Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1. Profil Scarlett	53
2. Produk Scarlett	54
B. Gambaran Umum Responden	55
1. Usia Responden.....	55
2. Jenis Kelamin.....	55
3. Pekerjaan.....	56
4. Lama Penggunaan Produk	57
C. Deskripsi Jawaban Responden	57
1. Variabel Persepsi Harga (X1)	58
2. Variabel Kualitas Produk.....	61
3. Variabel Citra Merek.....	66
4. Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	69
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	71
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	72
E. Uji Asumsi Klasik	73
1. Uji Multikolinieritas	73
2. Uji Heteroskedastisitas	74
3. Uji Normalitas.....	74
F. Hasil.....	75
1. Analisis Regresi Linear Berganda	75
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	76
3. Uji F (Simultan)	77
4. Uji t (Parsial).....	78
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1. Pengaruh Persepsi Harga dan Loyalitas Konsumen	79
2. Pengaruh Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen	80
3. Pengaruh Citra Merek dan Loyalitas Konsumen	81

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Scarlett Whitening 2019-2021	4
Tabel 3.1	Jumlah Penduduk Kota Pati Tahun 2021	42
Tabel 3.2	Definisi Operasional	44
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4	Deskripsi Berdasarkan Lama Penggunaan Produk.....	57
Tabel 4.5	Frekuensi Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.6	Frekuensi Kualitas Produk	61
Tabel 4.7	Frekuensi Citra Merek	66
Tabel 4.8	Frekuensi Loyalitas Konsumen	69
Tabel 4.9	Uji Validitas	71
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.12	Uji Normalita	75
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.16	Hasil Uji t (Parsial).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Brand Perawatan Wajah Terlaris.....	2
Gambar 2.1	<i>Theory of Planned Behavior</i>	11
Gambar 2.2	Kurva Keseimbangan Harga.....	17
Gambar 2.3	Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1	Logo Scarlett Whitening	54
Gambar 4.2	Produk Scarlett Whitening	54
Gambar 4.3	Histogram Jenis Kelamin	56
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	74

