

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Kegunaan Penelitian	17
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	18
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	21
2.1.1 Produk.....	21
2.1.2 Harga	26
2.1.3 Keputusan Pembelian	30
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3 Ruang Lingkup	43
3.4 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.4.1 Operasionalisasi Variabel	44
3.4.2 Skala Pengukuran	46

3.5	Populasi Dan Sampel	47
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.7	Uji Validasi dan Reliabilitas	53
3.7.1	Uji Validitas	54
3.7.2	Uji Reliabilitas	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Objek Penelitian	59
4.1.1	Sejarah	59
4.1.2	Produk	62
4.1.3	Lokasi Perusahaan	76
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan	77
4.1.5	Jumlah Anggota dan Karyawan	77
4.1.6	Struktur Organisasi	78
4.2	Hasil Pengumpulan Data	80
4.3	Karakteristik Responden	81
4.3.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.3.2	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	82
4.3.3	Karakteristik Berdasarkan Usia	83
4.3.4	Karakteristik Berdasarkan Pemakaian Produk	83
4.4	Hasil Penelitian	84
4.4.1	Deskripsi Variabel Penelitian	84
4.4.2	Pengujian Instrument Penelitian	89
3.5	Pembahasan Hasil Penelitian	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Simpulan	100
5.2	Saran	101
5.3	Keterbatasan	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Merek Kosmetik Terkenal Di Dunia	6
Tabel 1.2 Daftar Perusahaan Dan Tahun Berdiri Kosmetik Di Indonesia	13
Tabel 1.3 Top Brand Index Kosmetik 2016-2017	13
Tabel 1.4 Waktu Penelitian	19
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 Skala Likert	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	80
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga	85
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Produk	86
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga, Produk Dan Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	90
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	92
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Hipotesis)	94
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Signifikan F	95
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi Penduduk Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Makeup Di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Logo Merek Makeup Chanel.....	7
Gambar 1.4 Logo Merek Makeup Clinique	7
Gambar 1.5 Logo Makeup Merek Mary Kay	8
Gambar 1.6 Logo Makeup Merek L'oreal	8
Gambar 1.7 Logo Makeup Merek Oriflame	9
Gambar 1.8 Logo Makeup Merek MAC.....	9
Gambar 1.9 Logo Makeup Merek Estee Lauder	10
Gambar 1.10 Logo Makeup Merek Artistry	10
Gambar 1.11 Logo Makeup Merek Revlon	11
Gambar 1.12 Logo Makeup Merek Elizabeth Arden.....	11
Gambar 2.1 Konsep Produk Total	21
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembeli	32
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Cleansing Gel, Toner, Face Lotion Love Nature	63
Gambar 4.2 Lip Balm Love Nature.....	63
Gambar 4.3 Masker Love Nature	63
Gambar 4.4 Produk Essentials Fairness	63
Gambar 4.5 Optimals Even Out	64
Gambar 4.6 Optimals Hydra	64
Gambar 4.7 Optimals Hydra Matte	64

Gambar 4.8 Novage True Perfection, Ecollagen, Ultimate Lift, Bright Sublime	65
Gambar 4.9 Novage Men	65
Gambar 4.10 Activelle	66
Gambar 4.11 Love Nature Shower Gel & Soap Bar	66
Gambar 4.12 Love Nature Body Lotion	66
Gambar 4.13 Produk Milk & Honey Gold.....	67
Gambar 4.14 Produk Silk Beauty.....	67
Gambar 4.15 Produk Loving Care	68
Gambar 4.16 Essentials Fairness Soap Bar	68
Gambar 4.17 Essentials Fairness Body Lotion	68
Gambar 4.18 Produk Essence & Co.....	69
Gambar 4.19 Produk Feet Up.....	69
Gambar 4.20 Produk Optifresh	70
Gambar 4.21 Produk Feminelle	70
Gambar 4.22 North For Men Original	71
Gambar 4.23 North For Men Fairness	71
Gambar 4.24 North For Men Urban.....	71
Gambar 4.25 Produk Hairx	72
Gambar 4.26 Produk Milk & Honey.....	72
Gambar 4.27 Produk Love Nature	73
Gambar 4.28 Produk Eleo	73
Gambar 4.29 Produk Colourbox	74
Gambar 4.30 Produk The One	75
Gambar 4.31 Produk Giordani Gold	75

Gambar 4.32 Parfum Wanita.....	76
Gambar 4.33 Parfum Pria.....	76
Gambar 4.34 Peta Kantor Cabang Oriflame	76
Gambar 4.35 Tampilan Depan Kantor Cabang Oriflame	76
Gambar 4.36 Struktur Organisasi Di Kantor Cabang Oriflame Bandung	78
Gambar 4.37 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Gambar 4.38 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
Gambar 4.39 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
Gambar 4.40 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk	83
Gambar 4.41 Hasil Uji Normalitas.....	91
Gambar 4.42 Uji Heteroskedastisitas	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	104
Lampiran 2 : Hasil Olah Data Kuesioner	110
Lampiran 3 : Uji Validitas	123
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	130
Lampiran 5 : Uji Normalitas	132
Lampiran 6 : Uji Linearitas	134
Lampiran 7 : Uji Regresi dan Asumsi	138