

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Bagan	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian	12
G. Penegasan istilah	13

H. Sistematika Penulisan Skripsi	15
--	----

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis	18
1. Konsep Perilaku Konsumen	18
a. Pengertian	18
b. Jenis Perilaku Konsumen	18
c. Proses Pembentukan Perilaku Konsumen	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	21
a. Faktor Internal	21
b. Faktor Eksternal	25
3. Pendapatan	26
a. Pengertian	26
b. Macam-Macam Pendapatan	27
4. Harga	28
a. Pengertian	28
b. Indikator Harga	29
5. Kualitas Produk	29
a. Pengertian	29
b. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	30
6. Potongan harga	31
a. Pengertian	31
b. Cara Menentukan Potongan Harga	32

7. Minat Beli Konsumen	32
a. Pengertian	32
b. Aspek-Aspek Minat Beli	33
8. Produk Kosmetik	34
a. Pengertian	34
b. Jenis-Jenis Kosmetik	35
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Konseptual	45
D. Hipotesis Penelitian	50

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	53
B. Populasi dan Sample Penelitian	53
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya	55
D. Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian	59
E. Analisis Data	61

BAB IV : HASIL TEMUAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	69
B. Deskripsi Data Responden	72
C. Deskripsi Variabel Penelitian	75
D. Hasil Analisis Data	82

BAB V : PEMBAHASAN HASIL TEMUAN

A. Pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung	99
---	----

B. Pengaruh harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung	101
C. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung	104
D. Pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung	107
E. Pengaruh tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga secara simultan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung	110

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	114
B. Saran	115

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN