

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	21
A. Latar Belakang	21
B. Rumusan Masalah	28
C. Tujuan Penelitian	28
D. Kegunaan Penelitian.....	29
E. Batasan Masalah.....	30
F. Penegasan Istilah.....	30
G. Sistematika Penulisan Skripsi	32
BAB II : LANDASAN TEORI.....	34
A. Kerangka Teori.....	34
1. Manajemen Pemasaran.....	34
2. Kualitas Produk.....	41
3. Citra Merek	49
4. Selebriti Pendukung	53
5. Keputusan Pembelian.....	57
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	60
C. Kerangka Konseptual.....	66

	D. Hipotesis Penelitian.....	67
BAB III :	METODE PENELITIAN.....	69
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	69
	B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	70
	C. Sumber Data dan Skala Pengukurannya	73
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitiannya	75
BAB IV :	HASIL PENELITIAN.....	93
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	93
	1. Produk Kosmetik Implora.....	93
	2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	95
	B. Profil Responden.....	98
	1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	98
	2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	100
	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	100
	4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku atau Pendapatan Selama Sebulan.....	101
	5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk	102
	6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli	102
	C. Deskripsi Variabel.....	103
	1. Kualitas Produk (X_1).....	103
	2. Citra Citra Merek (X_2)	108
	3. Selebriti Pendukung (X_3)	112
	4. Keputusan Pembelian (Y)	117
	D. Analisis Data	122
	1. Uji Validitas	122
	2. Uji Reabilitas.....	125
	3. Uji Asumsi Klasik.....	127

4. Uji Regresi Linier Berganda	132
5. Uji Hipotesis	136
BAB V : PEMBAHASAN.....	142
A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	142
B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	144
C. Pengaruh Selebriti Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	145
D. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Selebriti Pendukung Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.	147

BAB VI :	PENUTUP.....	149
	A. Kesimpulan	149
	B. Saran.....	150

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN