

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xix
Abstract	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah	13

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

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran	17
B. Loyalitas Konsumen	24
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	27
D. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	31
E. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	32
F. Harga.....	36
G. Kualitas Produk.....	38
H. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Konsumen	40
I. Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Konsumen	41
J. Hubungan Harga terhadap Loyalitas Konsumen	42
K. Hubungan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	44
L. Kajian Penelitian Terdahulu	45
M. Kerangka Konseptual	47
N. Mapping Variabel, Teori dan Indikator	49
O. Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	57
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya	60
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	62
E. Teknik Analisis Data.....	65

F. Definisi dan Konsep Operasional	72
------------------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Emina <i>Cosmetics</i>	77
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	84

B. Karakteristik Responden

1. Usia Responden	86
2. Program Studi Responden.....	87
3. Penghasilan atau Uang Saku Responden	88
4. Jenis Produk Emina <i>Cosmetics</i> yang Digunakan.....	88
5. Jumlah Pembelian Produk Emina <i>Cosmetics</i>	89
6. Lama Penggunaan Produk Emina <i>Cosmetics</i>	90

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian.....	91
2. Uji Kualitas Data.....	123
3. Uji Asumsi Klasik.....	126
4. Uji Regresi Linear Berganda	129
5. Uji Hipotesis	131
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	135

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen Produk

Emina *Cosmetics* pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN SATU Tulungagung.....	136
---------------------------------	-----

B. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina <i>Cosmetics</i> pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung.....	139
C. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina <i>Cosmetics</i> pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung.....	142
D. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina <i>Cosmetics</i> pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung.....	146
E. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Trust</i> , Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina <i>Cosmetics</i> pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung	149

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	152
B. Saran	153

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	5
2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	45
2.2	<i>Brand Image</i>	49
2.3	<i>Brand Trust</i>	50
2.4	Harga	50
2.5	Kualitas Produk	51
2.6	Loyalitas Konsumen	52
4.1	Kategori <i>Makeup</i> Wajah dari <i>Emina Cosmetics</i>	79
4.2	Kategori <i>Makeup</i> Bibir dari <i>Emina Cosmetics</i>	79
4.3	Kategori <i>Makeup</i> Mata dari <i>Emina Cosmetics</i>	80
4.4	Kategori <i>Skincare Cleanser</i> dari <i>Emina Cosmetics</i>	81
4.5	Kategori <i>Skincare Moisturizer</i> dari <i>Emina Cosmetics</i>	82
4.6	Kategori <i>Skincare Toner</i> dari <i>Emina Cosmetics</i>	82
4.7	Kategori <i>Skincare Serum</i> dari <i>Emina Cosmetics</i>	82
4.8	Kategori <i>Skincare Masker</i> dari <i>Emina Cosmetics</i>	83
4.9	Data Usia Responden	86
4.10	Data Program Studi Responden	87
4.12	Data Penghasilan atau Uang Saku Responden	88
4.12	Data Jenis Produk <i>Emina Cosmetics</i> yang Digunakan Responden	89
4.13	Data Pembelian Produk <i>Emina Cosmetics</i> yang Dilakukan Responden	89
4.14	Data Lama Penggunaan Produk <i>Emina Cosmetics</i>	90
4.15	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.1.1	91
4.16	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.1.2	92
4.17	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.1.3	93
4.18	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.2.1	93
4.19	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.2.2	94
4.20	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.2.3	95
4.21	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.3.1	95

4.22	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.3.2.....	96
4.23	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.3.3.....	97
4.24	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.1.1.....	97
4.25	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.1.2.....	98
4.26	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.1.3.....	99
4.27	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.2.1.....	99
4.28	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.2.2.....	100
4.29	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.2.3.....	101
4.30	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.3.1.....	101
4.31	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.3.2.....	102
4.32	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.3.3.....	103
4.33	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.1.1.....	103
4.34	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.1.2.....	104
4.35	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.2.1.....	105
4.36	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.2.2.....	105
4.37	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.3.1.....	106
4.38	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.3.2.....	107
4.39	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.4.1.....	107
4.40	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.4.2.....	108
4.41	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.1.1.....	109
4.42	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.1.2.....	109
4.43	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.2.1.....	110
4.44	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.2.2.....	111
4.45	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.3.1.....	111
4.46	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.3.2.....	112
4.47	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.4.1.....	113
4.48	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.4.2.....	113
4.49	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.5.1.....	114
4.50	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.5.2.....	115
4.51	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.6.1.....	115
4.52	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.6.2.....	116

4.53	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y1.1.....	117
4.54	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y1.2.....	118
4.55	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y1.3.....	118
4.56	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y2.1.....	119
4.57	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y2.2.....	120
4.58	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y2.3.....	120
4.59	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y3.1.....	121
4.60	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y3.2.....	122
4.61	Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y3.3.....	122
4.62	Hasil Uji Validitas.....	123
4.63	Hasil Uji Reliabilitas.....	125
4.64	Hasil Uji Normalitas.....	126
4.65	Hasil Uji Multikolinearitas.....	127
4.66	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser).....	128
4.67	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	129
4.68	Hasil Uji <i>t-test</i>	131
4.69	Hasil Uji <i>F-test</i>	134
4.70	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1	Data Jumlah Penjualan Merek Kosmetik di <i>E-Commerce</i> Indonesia pada 2020	4
2.2	Konsep Inti Pemasaran.....	19
2.2	Model Kerangka Konseptual	48
4.1	Logo Emina <i>Cosmetics</i>	83
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot).....	128
5.1	Model Kerangka Konsep Setelah Penelitian.....	151

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Tabulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 3: Dokumentasi
- Lampiran 4: Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 5: Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7: Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8: Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9: Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10: Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 11: Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 12: Kartu Kendali Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 14: Daftar Riwayat Hidup