

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Motto	v
Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
Abstract.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	7
F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II : LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA	
A. Variasi Produk.....	14
1. Pengertian Produk dan Variasi Produk.....	14
2. Indikator Variasi Produk.....	16
3. Hubungan Variasi Produk dengan Keputusan Pembelian	17

B. Strategi Pemasaran	18
1. Pengertian Strategi dan Pemasaran.....	18
2. Pengertian Strategi Pemasaran	19
3. Indikator Strategi Pemasaran	21
4. Fungsi Strategi Pemasaran 5P	24
5. Tujuan Strategi Pemasaran.....	25
6. Strategi Pemasaran Perspektif Islam	26
7. Hubungan Strategi Pemasaran dan Keputusan Pembelian	31
C. Keputusan Pembelian.....	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian	32
2. Tahapan Keputusan Pembelian	33
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	35
4. Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	38
D. Penggunaan Kosmetika (Skincare) Dalam Perspektif Islam	38
E. Kajian Penelitian Terdahulu	40
F. Kerangka Konseptual	44
G. Hipotesis Penelitian	45

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	48
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	51
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53
E. Analisis Data	56

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Perusahaan.....	63
B. Deskripsi Produk	64
C. Deskripsi Responden	81
1. Jenis Kelamin.....	82
2. Usia	82
D. Deskripsi Variabel.....	83
1. Variabel Variasi Produk (X1).....	84

2. Variabel Strategi Pemasaran (X2)	84
3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
E. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	86
1. Uji Validitas dan Realibilitas.....	86
2. Uji Asumsi Klasik	90
3. Analisis Regresi Linier Berganda	93
4. Uji Hipotesis	95
5. Uji Koefisien Determinasi.....	97
 BAB V : PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Variasi Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening By Felycia Angelista.....	99
B. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening By Felycia Angelista	102
C. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening By Felycia Angelista	105
 BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	122