

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.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
<i>Abstract</i>	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	15
F. Definisi Operasional	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	17
1. Perilaku Konsumen.....	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
b. Teori Perilaku Konsumen	18
2. Keputusan Pembelian	26
3. <i>Brand image</i> (Citra Merek)	32
4. Kualitas Produk	36
5. Harga.....	39
B. Peneliti Terdahulu.....	44
C. Kerangka Konseptual.....	53
D. Hipotesis Penelitian	55

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
1. Pendekatan Penelitian	57
2. Jenis Penelitian	58
B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian	58
1. Populasi	58
2. Sampel	58
3. Sampling Penelitian	59
C. Sumber Data dan Skala Pengukuran.....	60
1. Sumber Data	60
2. Skala Pengukuran Data.....	61
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	61
1. Teknik Pengumpulan Data	61
2. Instrumen Penelitian	62
E. Teknik Analisis Data	63
1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reliabilitas	64
3. Uji Asumsi Klasik	64
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	66
5. Uji Hipotesis	67
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian	69
1. Sejarah Singkat Produk Kosmetik Make Over	69
2. Visi dan Misi	72
B. Profil Responden	73
C. Gambaran Karakteristik Responden	73
1. Usia	74
2. Prodi.....	75
3. Lama Pemakaian Kosmetik Make Over	76
D. Data Penyajian Hasil Penelitian.....	78
1. Variabel <i>Brand image</i> (X_1).....	78
2. Variabel Kualitas Produk (X_2).....	82
3. Variabel Harga (X_3).....	88
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
E. Hasil Analisis Data	90
1. Hasil Uji Instrumen Data	90
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	95
3. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	99
4. Hasil Uji Hipotesis.....	101
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	107

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	108
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	110
C. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	112
D. Pengaruh <i>Brand image</i> , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	114

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	117
B. Saran	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN