

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Metode Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 PEMASARAN	
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.2 HARGA	14
2.2.1 Pengertian Harga	14
2.2.2 Bauran Harga	14
2.2.3 Pengertian Penetapan Harga	15
2.2.4 Tujuan Penetapan Harga	16
2.2.5 Metode Penetapan Harga	17
2.2.6. Strategi Penetapan Harga.....	18
2.2.7 Indikator Harga	20
2.3. PRODUK	20
2.3.1 Pengertian Produk.....	20
2.3.2 Bauran Produk	21

2.3.3 Tingkatan Produk.....	27
2.3.4 Klasifikasi Produk.....	28
2.3.5 Kegunaan Klasifikasi Produk	30
2.3.6 Komponen Produk	30
2.3.7 Kualitas Produk.....	30
2.3.7.1 Pengertian Kualitas	30
2.3.7.2 Pengertian Kualitas Produk.....	31
2.3.8 Indikator Kualitas Produk.....	32
2.4 MINAT BELI ULANG.....	33
2.4.1 Pengertian Minat.....	33
2.4.2 Pengertian Minat Beli	33
2.4.3. Pengertian Minat Beli Ulang	34
2.4.4 Indikator Minat Beli Ulang.....	34
2.5 Penelitian Terdahulu.....	35
2.6. Kerangka Pemikiran.....	36
2.7 Hipotesis Penelitian	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	39
3.1 OBJEK PENELITIAN.....	39
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
3.1.2.1 Visi Perusahaan.....	41
3.1.2.2 Misi Perusahaan	41
3.1.3 Filosofi Perusahaan.....	41
3.1.4 Fokus Program dan CSR Perusahaan	42
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	42
3.1.5.1 Definisi Struktur Orgnisasi	42
3.1.5.2 Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugasnya	43
3.1.6 Tiga Prinsip Kosmetik Wardah.....	44
3.1.7 Keunggulan Kosmetik Wardah.....	45
3.2 METODE PENELITIAN.....	45

3.2.1 Metode yang digunakan.....	45
3.2.2 Operasional Variabel	46
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.2.4 teknik Pengumpulan Data.....	49
3.2.5 Populasi dan Sampel	49
3.2.5.1 Populasi.....	50
3.2.5.2 Sampel.....	50
3.2.6 Pengujian Instrumen Penelitian	52
3.2.6.1 Pengujian Validitas	52
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	54
3.2.7 Teknik Anaisis Data.....	55
3.2.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.2.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.2.7.3 Analisis Koefisien Korelasi	58
3.2.7.4 Analisis Determinasi.....	60
3.2.8 Teknik Pengujian Hipotesis	61
3.2.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	61
3.2.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	63
BAB IV PEMBAHASAN.....	65
4.1 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kosmetik Merek Wardah di Kota Bandung	65
4.1.1 Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner.....	65
4.1.2 Data Demografi Konsumen	65
4.2 Tanggapan Responden Mengeni Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kosmetik Merek Wardah di Kota bandung	68
4.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga dan Kualitas Produk terhadap Mint Beli Ulang Konsumen Kosmetik Merek Wardah di Kota Bandung.....	88
4.4 Analisis Deskriptif	93

4.5 Analisis Pengujian Data.....	95
4.5.1 Pengujian Validitas	95
4.5.2 Pengujian Reliabilitas	101
4.6 Teknik Analisis Data.....	103
4.7 Analisis Korelasi.....	108
4.8 Koefisien Determinasi	109
4.9 Pengujian Hipotesis	111
4.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	111
4.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 KESIMPULAN	115
5.2 SARAN.....	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

