

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
<i>SUMMARY</i> .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	10
1.2.3 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Pemasaran pada Kosmetik .....	13
2.1.2 <i>Brand Equity</i> pada Kosmetik .....	16
2.1.2.1 <i>Brand Awareness</i> pada Kosmetik .....	19

2.1.3	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) pada Kosmetik .....	25
2.1.3.1	<i>Product Quality</i> pada Kosmetik .....	28
2.1.4	Perilaku Konsumen pada Kosmetik .....	32
2.1.4.1	Keputusan Pembelian pada Kosmetik .....	34
2.1.5	Penelitian Terdahulu Terkait Hubungan Antar Variabel .....	41
2.1.5.1	<i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik .....	41
2.1.5.2	<i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik .....	42
2.2	Kerangka Pemikiran .....	44
2.3	Hipotesis .....	46
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Metode Penelitian .....	47
3.2	Operasionalisasi Penelitian .....	48
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data .....	51
3.3.1	Populasi Penelitian .....	51
3.3.2	Sampel Penelitian .....	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.4.1	Uji Validitas Kuesioner .....	54
3.4.2	Uji Reliabilitas Kuesioner .....	55
3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	57
3.5.1	Rancangan Uji Deskriptif .....	57
3.5.2	Rancangan Uji Parsial (Uji-t) .....	60
3.5.3	Rancangan Uji Simultan (Uji-f) .....	60
3.5.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
3.6	Rancangan Implikasi Managerial .....	62
 <b>BAB IV PEMBAHASAN</b>		
4.1	Objek Penelitian .....	64
4.1.1	Profil Kosmetik Wardah .....	64

4.1.2 Produk Kosmetik Wardah .....	67
4.2 Profil Mahasiswi .....	69
4.3 Analisis Deskriptif .....	72
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Brand Awareness</i> pada Kosmetik Wardah .....	72
4.3.2 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i> pada Kosmetik Wardah .....	78
4.3.3 Analisis Deskriptif Proses Keputusan Pembelian pada Kosmetik Wardah .....	89
4.4 Hasil Uji Hipotesis <i>Brand Awareness, Product Quality</i> Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah .....	94
4.5 Implikasi Manajerial .....	101
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran .....	106
 DAFTAR PUSTAKA .....	 108
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	111