

DAFTAR TABEL

1.1	<i>Top Brand Index</i> Produk Wardah 2012-2016	5
1.2	<i>Market Share Of Beauty And Personal Care Industry In Indonesia 2011-2016</i>	6
1.3	Hasil Pra –Survei Terhadap Kosmetik Wardah	8
2.1	Definisi Pemasaran	15
2.2	Definisi <i>Brand Equity</i>	17
2.3	Definisi <i>Brand Awareness</i>	20
2.4	Perbandingan Dimensi <i>Brand Awareness</i>	24
2.5	Definisi Bauran Pemasaran	26
2.6	Definisi <i>Product Quality</i>	29
2.7	Perbandingan Dimensi <i>Product Quality</i>	32
2.8	Definisi Perilaku Konsumen	34
2.9	Definisi Keputusan Pembelian	36
2.10	Perbandingan Dimensi Keputusan Pembelian	40
2.11	Penelitian Sebelumnya Terkait <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.12	Penelitian Sebelumnya Terkait <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
3.1	Operasional Variabel	48
3.2	Jenis dan Sumber Data Penilaian	51
3.3	Teknis Pengumpulan Data	53
3.4	Hasil Uji Validitas	55
3.5	Hasil Uji Reliabilitas	57
3.6	Bobot Penilaian Jawaban Kuesioner Variabel X	58
3.7	Rentang Klasifikasi Per-item Pernyataan	59
3.8	Tingkat Hubungan Korelasi	61
3.9	Interpretasi Koefisien Determinasi	62
4.1	Produk <i>Skin Care</i> Wardah	67

4.2	Produk Dekoratif Wardah	68
4.3	Profil Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Dimiliki	69
4.4	Profil Responden Berdasarkan Media Komunikasi Yang Digunakan	70
4.5	Profil Responden Berdasarkan Alasan Membeli Kosmetik	70
4.6	Profil Responden Berdasarkan Uang Saku	71
4.7	Tingkat Pengenalan Terhadap Adanya Wardah Sebagai Merek Kosmetik	72
4.8	Tingkat Pengenalan Terhadap Konsep “ <i>Inspiring Beauty</i> ” Sebagai <i>Tagline</i> Dari Kosmetik Wardah	73
4.9	Tingkat Pengenalan Terhadap Logo Dari Kosmetik Wardah	74
4.10	Tingkat Pengetahuan Terhadap Jenis Produk Yang Dikeluarkan Kosmetik Wardah	75
4.11	Tingkat Pengetahuan Terhadap Wardah Sebagai Kosmetik Bagi Wanita Muslimah	75
4.12	Tingkat Pengetahuan Terhadap Wardah Sebagai Merek Kosmetik Halal	76
4.13	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Awareness</i>	77
4.14	Tingkat Kesesuaian Produk Kosmetik Wardah Dengan Jenis Kulit	78
4.15	Tingkat Keragaman Warna Produk Kosmetik Wardah	79
4.16	Tingkat Kemudahan Kosmetik Wardah Diaplikasikan Pada Kulit	80
4.17	Tingkat Kemampuan Kosmetik Wardah Menyerap Minyak Pada Kulit	81
4.18	Tingkat Kemampuan Kosmetik Wardah Menutupi Kekurangan Pada Kulit	81

4.19	Tingkat Kecepatan Kandungan Kosmetik Wardah Menyerap Pada Kulit	82
4.20	Tingkat Kekokohan Kemasan Kosmetik Wardah	83
4.21	Tingkat Ketahanan Kandungan Produk Kosmetik Wardah Pada Kulit	83
4.22	Tabel Tingkat Ketahanan Kandungan Produk Kosmetik Wardah Pada Air Setelah Diaplikasikan Pada Kulit Konsumen	84
4.23	Tingkat Kecocokkan Kosmetik Wardah Dengan Kulit	85
4.24	Tingkat Kemampuan Kosmetik Wardah Dalam Mengurangi Jerawat Pada Kulit	86
4.25	Tingkat Keringanan Kandungan/Formula Pada Kosmetik Wardah	87
4.26	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Product Quality</i>	88
4.27	Tingkat Kemudahan Mendapatkan Produk Kosmetik Wardah	89
4.28	tingkat kepuasan konsumen terhadap kosmetik Wardah	90
4.29	Tingkat Kenyamanan Menggunakan Kosmetik Wardah	90
4.30	Tingkat Pembelian Ulang Terhadap Produk Kosmetik Wardah	91
4.31	Tingkat Keragaman Jenis Produk Kosmetik Wardah Yang Dibeli	92
4.32	Tingkat Pembelian Jangka Panjang Terhadap Produk Kosmetik Wardah	93
4.33	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ..	93
4.34	Matriks Korelasi	95
4.35	Uji Hipotesis	97
4.36	Besarnya Koefisien Jalur	98
4.37	Besaran Pengaruh	100
4.38	Langkah Operasional Peningkatan Pengetahuan Mahasiswi Terhadap Jenis-Jenis Produk Kosmetik Wardah.	102

4.39	Langkah Operasional Peningkatan Ketahanan kandungan pada produk kosmetik Wardah pada air setelah diaplikasikan pada kulit.	102
4.40	Langkah Operasional Peningkatan Kepuasan Mahasiswi Pada Produk Kosmetik Wardah	103
4.41	Rencana dan Tindakan dalam Peningkatan Pengetahuan Mahasiswi Terhadap Jenis-Jenis Produk Kosmetik Wardah.	103
4.42	Rencana dan Tindakan dalam Peningkatan Ketahanan kandungan pada produk kosmetik Wardah pada air setelah diaplikasikan pada kulit	104
4.43	Rencana dan Tindakan dalam Peningkatan Kepuasan Mahasiswi Produk Kosmetik Wardah	104

