

DAFTAR ISI

JUDUL	1
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	I
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	II
LEMBARAN PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	III
LEMBAR HAK CIPTA	IV
ABSTRAK	V
PRAKATA.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	18
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2 Perumusan Masalah	18
1.3 Maksud dan Tujuan	18
1.3.1 Maksud Penelitian	18
1.3.2 Tujuan Penelitian	18
1.4 Kegunaan Penelitian.....	19
1.4.1 Kegunaan Praktisi	19
1.4.2 Kegunaan Akademis	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Pemasaran	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran	20
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.1.3 Fungsi Pemasaran	21
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	23
2.2 <i>Beauty Vlogger</i>	24
2.2.1 Pengertian <i>Beauty Vlogger</i>	24
2.2.2 Indikator <i>Beauty Vlogger</i>	26
2.3 Kualitas Produk.....	27
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	27
2.3.2 Tingkatan Kualitas Produk	27

2.3.3	Klasifikasi Produk	28
2.3.4	Indikator Kualitas Produk	29
2.4	Persepsi Harga.....	30
2.4.1	Pengertian Persepsi Harga	30
2.4.2	Tujuan Penetapan Harga	31
2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	33
2.4.4	Konsep dan Peranan Harga.....	33
2.4.5	Indikator Persepsi Harga.....	34
2.5	Keputusan Pembelian.....	35
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	35
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	35
2.5.3	Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	38
2.5.4	Proses Terjadinya Keputusan Pembelian	38
2.5.5	Indikator Keputusan Pembelian.....	40
2.6	Penelitian Terdahulu.....	41
2.7	Kerangka Pemikiran.....	52
2.8	Hipotesis.....	55
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	57
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	57
3.4	Operasionalisasi Variabel	58
3.5	Metode Penarikan Sampel.....	62
3.6	Metode Pengumpulan Data	64
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data	65
3.7.1	Uji Instrumen	65
3.8	Analisis Data	69
3.8.1	Analisis Deskriptif	69
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	70
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
3.8.4	Uji Hipotesis	72
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		73
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	73
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan Luxcrime	73
4.1.2	Logo Luxcrime	74
4.1.3	Produk Kosmetik Luxcrime	74
4.2	Profile Responden	76
4.3	Analisis Data	78
4.3.1	Analisis Deskriptif	78
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	120
4.3.3	Uji T (Parsial)	123

4.3.4 Uji F (Simultan).....	126
4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	127
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi	128
4.4 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	129
4.4.1 <i>Beauty Vlogger</i> Produk Kosmetik Luxcrime.....	129
4.4.2 Kualitas Produk Kosmetik Luxcrime	129
4.4.3 Persepsi Harga Produk Kosmetik Luxcrime.....	129
4.4.4 Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Luxcrime	130
4.4.5 Pengaruh <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime.....	130
4.4.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime.....	131
4.4.7 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime.....	131
4.4.8 Pengaruh <i>Beauty Vlogger</i> , Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime.....	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA.....	136
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	141
LAMPIRAN.....	142