

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka	5
1. Definisi Pemasaran	5
2. Bauran Pemasaran	6
3. Keputusan Pembelian	7
4. Pengaruh Bauran Pemasaran pada Pembelian Produk	8
a. Pengaruh Produk pada Pembelian Produk	9
b. Pengaruh Harga pada Pembelian Produk	9
c. Pengaruh Tempat pada Pembelian Produk	10
d. Pengaruh Promosi pada Pembelian Produk	11
5. Pelembab Wajah.....	12
F. Landasan Teori	14
G. Kerangka Konsep Penelitian	15
H. Keterangan Empiris	15
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	16
A. Rancangan Penelitian	16
B. Tempat dan Waktu Penelitian	16

C. Populasi dan Sampel Penelitian	17
1. Populasi Penelitian	17
2. Sampel Penelitian	17
a. Kriteria Inklusi	17
b. Kriteria Eksklusi	18
3. Teknik Pengambilan Sampel	18
4. Besaran Sampel	18
5. Metode Pengumpulan Data	19
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	20
1. Produk	20
2. Harga	20
3. Tempat	20
4. Promosi	20
5. Keputusan Pembelian	21
E. Instrumen Penelitian	21
F. Uji Instrumen Penelitian	25
1. Uji Validitas Data	25
2. Uji Reabilitas	26
G. Uji Analisis Data	27
H. Etika Penelitian	28
I. Prosedur Jalannya Penelitian	28
1. Tahap Persiapan	28
2. Tahap Pelaksanaan	29
3. Tahap Penyelesaian	29
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Karakteristik Sociodemografi Responden	30
B. Persepsi Konsumen mengenai Pembelian Produk Pelembab Wajah	33
1. Tempat Pembelian Produk Pelembab Wajah	33
2. Faktor Pembelian Produk Pelembab Wajah	34
3. Sumber Informasi Pembelian Produk Pelembab Wajah	35
C. Gambaran Deskriptif Bauran Pemasaran pada Pembelian Produk Pelembab Wajah	36
D. Keterbatasan Penelitian	50

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	58