

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	3
C.Tujuan Penelitian.....	4
D.Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
A.Telaah Pustaka.....	5
1. Pemasaran	5
2. Manajemen Pemasaran dalam Farmasi	8
3. Strategi Pemasaran	9
4. Bauran Pemasaran	11
5. Keputusan Pembelian.....	19
6. Kosmetik Emina.....	24
B.Landasan Teori	25
C.Kerangka Konsep Penelitian	29
D.Hipotesis Penelitian.....	29
E. Keterangan Empiris.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
A.Rancangan Penelitian	30
B.Definisi Operasional Variabel	31
C.Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
D.Populasi dan Sampel Penelitian	33
E. Teknik Pengambilan Data	35
F. Skala Pengukuran.....	36

G.Instrumen Penelitian.....	37
1. Uji Validitas Kuesioner	38
2. Uji Reliabilitas	44
H.Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
I. Alur Penelitian	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A.Informasi Bagian Awal.....	56
B.Gambaran Karakteristik Sosiodemografi Responden	56
C.Riwayat Pembelian Produk Emina.....	60
D.Analisis Deskriptif Variabel	66
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
F. Keterbatasan Penelitian	85
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	87
A.Kesimpulan	87
B.Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94
Lampiran 1. Lembar <i>Ethical Clearance</i>	94
Lampiran 2. Lembar Penjelasan kepada Calon Subjek.....	95
Lampiran 3. Lembar Kuesioner	98
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	104
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	110