



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRISPI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Telaah Pustaka.....	6
1. Manajemen Pemasaran.....	6
2. Bauran Pemasaran	6
3. Keputusan Pembelian.....	17
4. Wardah	20
B. Landasan Teori	23
C. Kerangka Konsep Penelitian	24
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Rancangan Penelitian	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel	27



D. Cara Pengambilan Sampel	29
E. Variabel Penelitian	31
F. Definisi Operasional Variabel	32
G. Instrumen Penelitian.....	33
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
I. Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Karakteristik Sosiodemografi Responden	48
B. Riwayat Pembelian <i>Lip Product</i> Wardah	52
C. Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel	56
D. Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
E. Keterbatasan Penelitian.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	89