

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Persembahan	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Intisari.....	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	10
2.1 Generasi.....	10
2.2 Pendidikan	11
2.3 Pekerjaan	11
2.4 Pendapatan	12
2.5 Kesesuaian Citra Diri	12
2.6 Pilihan Merek.....	13

2.7	Hipotesis.....	15
2.7.1	Hubungan antara generasi dengan pilihan merek.....	15
2.7.2	Hubungan antara pendidikan dan pilihan merek.....	16
2.7.3	Hubungan antara pekerjaan dan pilihan merek.....	17
2.7.4	Hubungan antara pendapatan dan pilihan merek.....	18
2.7.5	Hubungan antara kesesuaian citra diri dan pilihan merek.....	18
2.8	Model Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		21
3.1	Desain Penelitian.....	21
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
3.2.1	Generasi.....	22
3.2.2	Pendidikan.....	22
3.2.3	Pekerjaan.....	22
3.2.4	Pendapatan.....	23
3.2.5	Kesesuaian Citra Diri.....	24
3.2.6	Pilihan Merek.....	24
3.3	Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.3.2	Populasi dan Unit Sampel.....	25
3.3.3	Ukuran Sampel.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5	Instrumen Riset.....	27
3.6	Pengujian Instrumen.....	28
3.6.1	Pengujian Validitas.....	28
3.6.2	Pengujian Reliabilitas.....	29
3.7	Metode Analisis Data.....	30
3.7.1	Metode tabulasi silang.....	30
3.7.2	Metode regresi logistik multinomial.....	30

3.7.2.1	Pengujian goodness of fit.....	31
3.7.3	Tingkat signifikansi.....	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Deskripsi Responden.....	33
4.1.1	Deskripsi responden berdasarkan generasi.....	33
4.1.2	Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	34
4.1.3	Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.....	35
4.1.4	Deskripsi responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	37
4.1.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pilihan Merek Kosmetik Produk Bibir yang Sering Digunakan Sehari-hari	38
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
4.2.1	Uji validitas	39
4.2.1.1	Validitas konten.....	39
4.2.1.2	Validitas konstruk.....	40
4.2.2	Uji reliabilitas	40
4.3	Uji Hipotesis.....	41
4.3.1	Tabulasi silang.....	41
4.3.1.1	Tabulasi silang generasi dan pilihan merek	42
4.3.1.2	Tabulasi silang pendidikan dan pilihan merek	43
4.3.1.3	Tabulasi silang pekerjaan dan pilihan Merek.....	45
4.3.1.4	Tabulasi silang pendapatan dan pilihan Merek.....	47
4.3.1.5	Uji <i>chi-square</i>	49
4.3.2	Regresi Logistik Multinomial	50
4.3.2.1	Uji signifikansi model.....	50
4.3.2.2	Uji determinasi	51
4.3.2.3	Uji <i>chi-square</i>	52
4.3.3	Hasil pengujian hipotesis pertama.....	53
4.3.4	Hasil pengujian hipotesis kedua.....	53

4.3.5	Hasil pengujian hipotesis ketiga.....	54
4.3.6	Hasil pengujian hipotesis keempat.....	54
4.3.7	Hasil pengujian hipotesis kelima.....	55
4.4	Pembahasan.....	55
4.4.1	Hipotesis pertama.....	55
4.4.2	Hipotesis kedua.....	56
4.4.3	Hipotesis ketiga.....	57
4.4.4	Hipotesis keempat.....	58
4.4.5	Hipotesis kelima.....	59
4.4.5.1	Pembahasan tambahan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Implikasi Manajerial.....	62
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	63
5.4	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN.....		69