

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Pertanyaan Penelitian	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	19
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
1.6. Lingkup Penelitian	20
1.7. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2. 1. Landasan Teori.....	22

2. 1.1	Pengertian Pemasaran	22
2. 1.2	Konsep Bauran Pemasaran.....	24
2. 1.3	Kualitas Produk	27
2. 1.4	Harga	32
2. 1.5	Promosi Penjualan.....	35
2. 1.6	Lokasi	41
2. 1.7	Tenaga Penjualan	43
2. 1.8	Kepuasan Konsumen.....	46
2. 1.9	Loyalitas Konsumen.....	53
2. 2	Kerangka Pemikiran	58
BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	59
3.2	Definisi Operasional.....	60
3.3	Populasi dan Sampel	64
3.4	Metode Pengumpulan Data	65
3.5	Teknik Analisis Data	65
3.5.1	Skala Pengukuran	66
3.5.2	Uji Validitas dan uji Reliabilitas	66
3.5.2.1	Uji Validitas	66
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	67
3.5.3	Analisis Regresi.....	68
3.5.3.1	Uji Normalitas	68
3.5.3.2	Uji Asumsi Klasik	68

3.5.3.3	Uji Regresi.....	69
3.5.3.3.1	Uji Hipotesis dengan Uji T	70
3.5.3.3.2	Uji Hipotesis dengan Uji F.....	71
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Profil Perusahaan.....	72
4.2	Perusahaan DS Laboratories Indonesia.....	75
4.2.1	Data Demografis Responden.....	77
4.2.2	Statistik Deskriptif.....	81
4.2.3	Variabel Kualitas Produk	83
4.2.4	Variabel Harga	83
4.2.5	Variabel Promosi Penjualan	84
4.2.6	Variabel Lokasi	86
4.2.7	Variabel Tenaga Penjual	87
4.2.8	Variabel Kepuasan Konsumen	88
4.2.9	Variabel Loyalitas Konsumen	89
4.3	Analisis Kuantitatif	90
4.3.1	Uji Validitas	91
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	95
4.4	Uji Asumsi Klasik	96
4.4.1	Uji Normalitas	96
4.4.2	Uji Heterokedastisitas	98
4.4.3	Uji Multikolinieritas	101
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	102

4.5.1	Koefisien Determinasi.....	102
4.5.2	Uji Anova (Uji F)	104
4.5.3	Uji Hipotesis (Uji T)	105
4.6	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	106
4.6.1	Hasil Pengujian dan Pembahasan Kualitas Produk.....	106
4.6.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan Harga	111
4.6.3	Hasil Pengujian dan Pembahasan Promosi Penjualan.....	114
4.6.4	Hasil Pengujian dan Pembahasan Lokasi.....	118
4.6.5	Hasil Pengujian dan Pembahasan Tenaga Penjual	122
4.6.6	Hasil Pengujian dan Pembahasan Kepuasan Konsumen.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		128
5.1	Kesimpulan.....	128
5.2	Keterbatasan Penelitian	129
5.3	Implikasi Manajerial	130
5.4	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	133
DAFTAR PUSTAKA		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Populasi dan Market Indonesia	1
Tabel 1.2	Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia	3
Tabel 1.3	Top 10 Perusahaan Kosmetik Terbesar di Indonesia	4
Tabel 1.4	Top 8 Produk Kosmetik Dengan Penjualan Tertinggi	5
Tabel 1.5	Produk Kosmetik Teregistrasi di BPPOM	6
Tabel 3.1	Perancangan Angket Variabel Independen	62
Tabel 3.2	Perancangan Angket Variabel Dependen	64
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Produk Kosmetik DS Laboratories .	77
Tabel 4.2	Penilaian Variabel Kualitas Produk.....	82
Tabel 4.3	Penilaian Variabel Harga.....	84
Tabel 4.4	Penilaian Variabel Promosi Penjualan	85
Tabel 4.5	Penilaian Variabel Lokasi.....	86
Tabel 4.6	Penilaian Variabel Tenaga Penjual.....	87
Tabel 4.7	Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen	88
Tabel 4.8	Penilaian Variabel Loyalitas Konsumen	89
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas KMO and Barlett's Test	92
Tabel 4.10	Hasil Rotated Komponen Matrix I	92
Tabel 4.11	Hasil Rotated Komponen Matrix II.....	93
Tabel 4.12	Hasil Rotated Komponen Matrix III.....	94

Tabel 4.13	Hasil Rotated Komponen Matrix IV	95
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	96
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov model I .	97
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov model II	98
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas Model I	101
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas Model II.....	102
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi Model I	103
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi Model II.....	103
Tabel 4.21	Uji Hipotesis dengan Uji F Model I	104
Tabel 4.22	Uji Hipotesis dengan Uji F Model II.....	104
Tabel 4.23	Hasil Regresi Berganda Model I	105
Tabel 4.24	Hasil Regresi Berganda Model II.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Preferensi Kosmetik Konsumen di Indonesia	6
Gambar 1.2	Produk Perawatan Rambut Rontok DS Laboratories	8
Gambar 1.3	Data Penjualan DS Laboratories Januari-Oktober 2016	10
Gambar 2.1	Variabel Bauran Pemasaran	25
Gambar 2.2	Evolusi Manajemen Pemasaran.....	26
Gambar 2.3	Langkah-Langkah Menentukan Kebijakan Harga.....	33
Gambar 2.4	Langkah-Langkah Personal Selling.....	44
Gambar 2.5	Konsep Kepuasan Pelanggan	47
Gambar 2.6	Siklus Pembelian Pelanggan.....	55
Gambar 2.7	Kerangka Pemikiran	58
Gambar 4.1	Produk Perawatan Rambut DS Laboratories	73
Gambar 4.2	Produk Perawatan Kulit DS Laboratories	74
Gambar 4.3	Uji Heterokedastisitas Model I.....	99
Gambar 4.4	Uji Heterokedastisitas Model II.....	100
Gambar 4.5	Produk Baru DS Laboratories	109
Gambar 4.6	Rangkaian Serum Perawatan Rambut DS Laboratories	110
Gambar 4.7	Produk DS Laboratories dengan Ukuran Besar.....	111
Gambar 4.8	Contoh Brosur Promosi Penjualan DS Laboratories	118

Gambar 4.9	Design Counter DS Laboratories di Pusat Perbelanjaan	121
Gambar 4.10	Website <i>e-commerce</i> DS Laboratories	122
Gambar 4.11	DS Laboratories Indonesia Selling Step	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	138
Lampiran 2 Profil Responden	142
Lampiran 3 Statistik Deskriptif	143
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	144
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	147
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	148
Lampiran 7 Hasil Uji F	152
Lampiran 8 Hasil Uji T	153
Lampiran 9 Koefisien Determinasi	154