

DAFTAR ISI

ABSTRAK	8
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Umum Perusahaan	1
1.1.2. Logo Maybelline	2
1.2. Latar Belakang Masalah.....	3
1.3. Perumusan Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Kegunaan Penelitian	17
1.5.1. Aspek Praktis	17
1.5.2. Aspek Teoritis	17
1.6. Sistematika Penulisan	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1. Pemasaran	19
2.1.2. Kualitas Produk.....	19
2.1.3. Citra Merek	21
2.1.4. Minat Beli Ulang.....	22
2.2. Penelitian terdahulu	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	30
2.4. Hipotesis Penelitian	33
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1. Jenis Penelitian.....	35

3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.2.1.	Variabel Operasional.....	36
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	40
3.3.	Tahapan Penelitian.....	41
3.4.	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1.	Populasi.....	41
3.4.2.	Sampel.....	42
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1.	Data Primer.....	44
3.5.2.	Data Sekunder.....	44
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.1.	Uji Validitas.....	44
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	45
3.7.	Teknik Analisis Data.....	46
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	47
3.7.2.	Method of Succesive Interval (MSI).....	48
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.7.5.	Uji Hipotesis.....	51
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN	55
4.1.	Karakteristik Responden.....	55
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
4.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.2.1.	Uji Validitas.....	59
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	60
4.3.	Analisis Deskriptif.....	61
4.3.1.	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk.....	62
4.3.2.	Tanggapan Responden mengenai Citra Produk.....	63
4.3.3.	Tanggapan Responden mengenai Minat Beli Ulang.....	65

4.4.	Analisis Data.....	66
4.4.1.	Asumsi Klasik.....	66
4.4.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.4.3.	Koefisien Determinasi.....	71
4.4.4.	Pengujian Hipotesis.....	72
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.5.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	74
4.5.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	75
BAB V	76
KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran.....	76
5.2.1.	Saran Praktis.....	77
5.2.2.	Saran Teoritis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82