

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
Lembar Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Sejarah Perusahaan	2
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Perumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kegunaan Penelitian	12
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1. Pemasaran	14
2.1.2. Merek	17
2.1.3. Kualitas	19
2.1.4. Keputusan Pembelian	21
2.1.5. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	23
2.1.6. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	24
2.2. Penelitian Terdahulu	24

2.3.	Kerangka Pemikiran	34
a.	Hipotesis Penelitian.....	36
b.	Ruang Lingkup Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1.	Jenis Penelitian.....	38
3.2.	Operasionalisasi Variabel	38
3.3.	Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1.	Populasi	42
3.3.2.	Sampel	42
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1.	Pengumpulan Data	44
3.4.2.	Sumber Data	45
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.5.1.	Uji Validitas	45
3.5.2.	Uji Reliabilitas	48
3.6.	Teknik Analisis Data	49
3.6.1.	Analisis Deskriptif	49
3.6.3.	Pengujian Hipotesis	52
3.6.4.	Koefisien Determinasi	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Karakteristik Responden	55
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	56
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Analisis Deskriptif	57
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.2.4	Pengujian Hipotesis	64
4.2.5	Koefisien Determinasi	67
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	67

4.3.1	Variabel Citra Merek.....	67
4.3.2	Variabel Kualitas Produk.....	68
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	68
4.3.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen Generasi Z dan Generasi Millennial di Jawa Barat	69
4.3.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen Generasi Z dan Generasi Millennial di Jawa Barat	70
4.3.6	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen Generasi Z dan Generasi Millennial di Jawa Barat	71
BAB V_Kesimpulan dan Saran.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
5.2.1	Saran bagi Perusahaan	75
5.2.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		83