

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Perilaku Konsumen	14
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3 Minat Beli	19

2.1.4	Preferensi Konsumen	20
2.1.5	Atribut Produk.....	21
2.1.6	Promosi Penjualan.....	23
2.1.7	<i>Word of Mouth</i>	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Kerangka Pemikiran	28
2.4	Hipotesis.....	29
2.4.1	Hubungan Atribut Produk, Promosi Penjualan, dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4.2	Hubungan Atribut Produk terhadap Minat Beli dan Preferensi Konsumen.....	31
2.4.3	Hubungan Promosi terhadap Minat Beli dan Preferensi Konsumen	32
2.4.4	Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli dan Preferensi Konsumen.....	33
2.4.5	Hubungan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4.6	Hubungan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1	Variabel Penelitian	35
3.1.2	Definisi Operasional	36
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1	Data Primer	40

3.3.2	Data Sekunder	40
3.4	Metode Pengumpulan Data	40
3.5	Metode Analisis.....	41
3.5.1	Uji Instrumen	42
3.5.2	Metode Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum PT. Martina Berto.....	49
4.1.2	Deskripsi Responden Penelitian.....	50
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.2	Analisis Data	63
4.2.1	Uji Kualitas Data.....	63
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.2.3	Uji Model	68
4.2.4	Uji Parsial/Uji-t.....	75
4.2.5	Uji F	78
4.2.6	Uji Mediasi Sobel Test.....	80
4.3	Interpretasi Hasil	86
4.3.1	Analisis Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu	86
4.3.2	Analisis Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Pembelian Kosmetik Sariayu	87
4.3.3	Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Preferensi Konsumen terhadap Kosmetik Sariayu.....	91
4.3.4	Pengaruh Minat Beli dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu.....	94

BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Implikasi	98
5.2.1 Implikasi Teoritis	98
5.2.2 Implikasi Praktis	100
5.3 Keterbatasan Penelitian	101
5.4 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	109

