

## DAFTAR ISI

### Contents

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                               | <b>II</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                              | <b>III</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>             | <b>IV</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b> | <b>V</b>    |
| <b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>                   | <b>VI</b>   |
| <b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>          | <b>VII</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                         | <b>VIII</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                             | <b>X</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                          | <b>XIII</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                          | <b>XIV</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                       | <b>XVI</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                  | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                            | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                            | 1           |
| B. Perumusan Masalah.....                          | 9           |
| C. Tujuan Penelitian.....                          | 9           |
| D. Kebaharuan penelitian .....                     | 9           |
| <b>BAB II .....</b>                                | <b>12</b>   |
| <b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>                        | <b>12</b>   |
| A. Latar Belakang Teori .....                      | 12          |
| 1. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....  | 12          |
| 2. Keputusan Pembelian. ....                       | 14          |
| 3. Merek.....                                      | 19          |
| 4. Citra Merek.....                                | 27          |
| B. Penelitian Terdahulu.....                       | 31          |
| C. Kerangka Teori dan Hipotesis .....              | 41          |
| 1. Kerangka Teori.....                             | 41          |

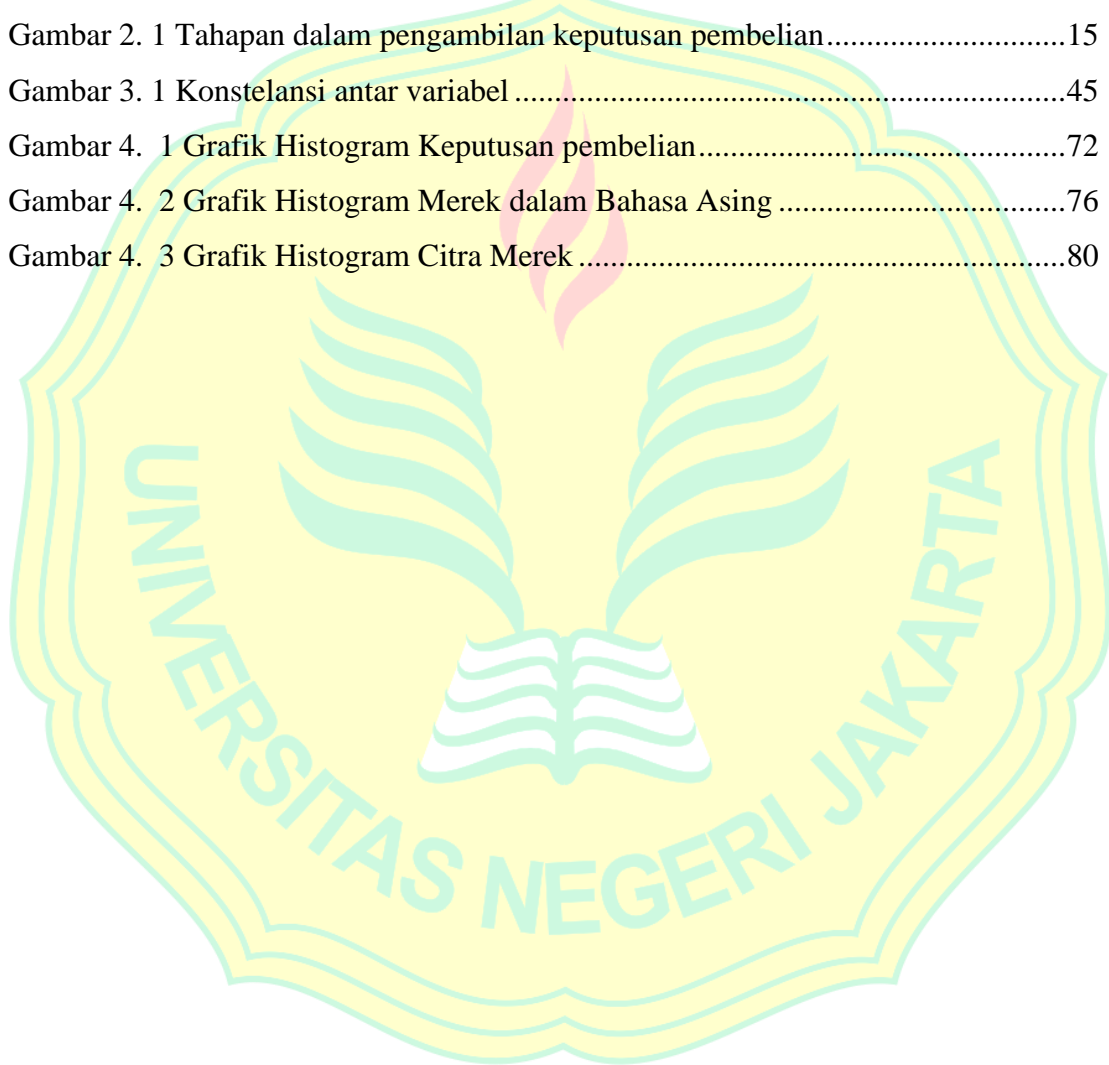
|  |           |
|--|-----------|
| 2. Hipotesis.....  | 43        |
| <b>BAB III.....</b>  | <b>44</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                     | <b>44</b> |
| A.    Tempat dan Waktu Penelitian .....                                | 44        |
| 1.    Tempat Penelitian.....   | 44        |
| 2.    Waktu Penelitian .....   | 44        |
| B.    Metode Penelitian.....   | 44        |
| 1.    Metode.....  | 44        |
| 2.    Konstelasi Pengaruh Antar Variabel .....                         | 45        |
| C.    Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....                     | 46        |
| 1.    Populasi .....   | 46        |
| 2.    Sampel .....   | 46        |
| D.    Teknik Pengumpulan Data.....                                     | 47        |
| 1.    Keputusan Pembelian (Y).....                                     | 47        |
| 2.    Merek dalam Bahasa Asing (X1) .....                              | 52        |
| 3.    Citra Merek (X2) .....   | 57        |
| E.    Teknik Analisis Data.....  | 62        |
| 1.    Uji Persyaratan Analisis .....                                   | 62        |
| 2.    Persamaan Regresi Linier Sederhana .....                         | 63        |
| 3. <b>Uji Signifikansi Parsial (Uji t)</b> .....                       | 63        |
| 4.    Analisis Koefisien Korelasi Pearson .....                        | 64        |
| 5.    Perhitungan Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) ..... | 65        |
| <b>BAB IV .....</b>  | <b>66</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                           | <b>66</b> |
| A.    Deskripsi Data .....   | 66        |
| 1.    Profil Responden .....   | 66        |
| 2.    Profil Data .....  | 69        |
| B.    Pengujian Hipotesis.....   | 81        |
| 1.    Pengujian Persyaratan Analisi.....                               | 81        |
| 2.    Pesamaan Regresi Linier Sederhana .....                          | 85        |

|   |            |
|---|------------|
| 3. Uji Hipotesis.....   | 87         |
| 4. Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> .....                     | 89         |
| 5. Perhitungan Koefisien Determinasi.....                               | 91         |
| C. Pembahasan .....   | 92         |
| 1. Pengaruh Merek dalam Bahasa Asing Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 92         |
| 2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....              | 95         |
| <b>BAB V.....</b>   | <b>98</b>  |
| <b>PENUTUP.....</b>   | <b>98</b>  |
| A. Kesimpulan.....  | 98         |
| B. Implikasi.....   | 98         |
| C. Keterbatasan Penelitian .....  | 99         |
| D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya .....                             | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>105</b> |



## DAFTAR GAMBAR

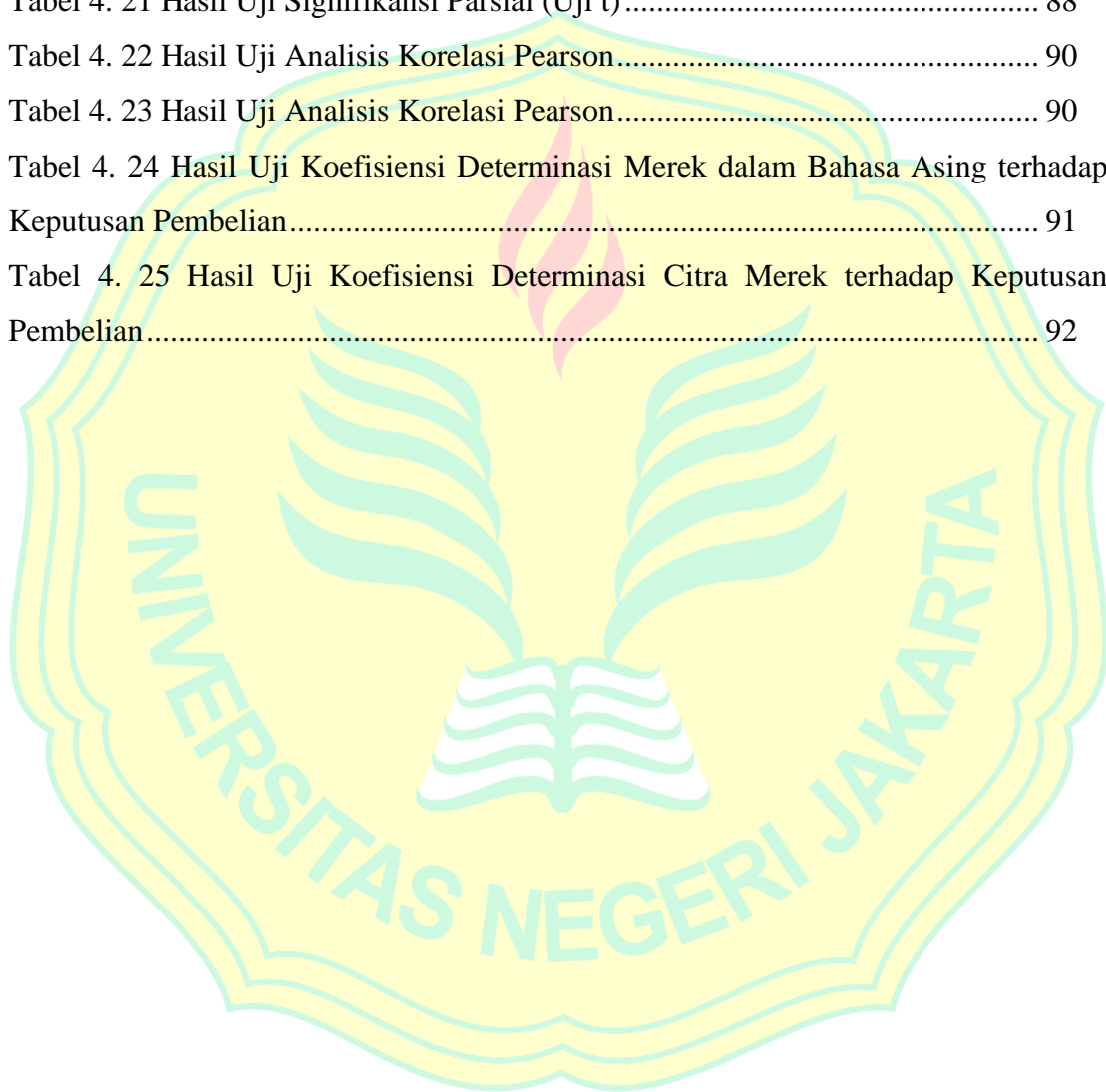
|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 grafik perkembangan pasar kecantikan Indonesia ..... | 2  |
| Gambar 1. 2 Survei merek .....                                   | 5  |
| Gambar 1. 3 Survei citra merek .....                             | 6  |
| Gambar 1. 4 Survei merek yang di beli konsumen .....             | 7  |
| Gambar 2. 1 Tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian.....   | 15 |
| Gambar 3. 1 Konstelansi antar variabel .....                     | 45 |
| Gambar 4. 1 Grafik Histogram Keputusan pembelian.....            | 72 |
| Gambar 4. 2 Grafik Histogram Merek dalam Bahasa Asing .....      | 76 |
| Gambar 4. 3 Grafik Histogram Citra Merek .....                   | 80 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Daftar 10 merek kecantikan asli Indonesia yang paling banyak di minati ..              | 3  |
| Tabel 2. 1 Negara yang memiliki citra kuat pada produk tertentu .....                             | 22 |
| Tabel 2. 2 Matriks hasil penelitian terdahulu .....   | 33 |
| Tabel 2. 3 Perbandingan penelitian terdahulu dan yang peneliti lakukan.....                       | 35 |
| Tabel 3. 1 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian .....  | 48 |
| Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....                                     | 49 |
| Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Merek dalam Bahasa Asing .....                                     | 52 |
| Tabel 3. 4 Skala Penilaian Instrumen Merek dalam Bahasa Asing .....                               | 53 |
| Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek .....  | 57 |
| Tabel 3. 6 Skala Penilaian Instrumen Merek dalam Bahasa Asing .....                               | 58 |
| Tabel 3. 7 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan .....  | 65 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....  | 66 |
| Tabel 4. 2 Profil Domisili Responden.....   | 67 |
| Tabel 4. 3 Profil Usia Responden .....  | 67 |
| Tabel 4. 4 Profil Status Pekerjaan Responden .....  | 68 |
| Tabel 4. 5 Profil pendidikan Terakhir Responden .....   | 68 |
| Tabel 4. 6 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian.....   | 70 |
| Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....   | 70 |
| Tabel 4. 8 Rata-rata hitung skor indikator variabel keputusan pembelian.....                      | 73 |
| Tabel 4. 9 Statistika Deskriptif Merek dalam Bahasa Asing .....                                   | 74 |
| Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Merek dalam Bahasa Asing.....                                    | 75 |
| Tabel 4. 11 Rata-rata Htung skor Indikator Variabel Merek dalam Bahasa Asing                      | 76 |
| Tabel 4. 12 Statistika Deskriptif Citra Merek .....   | 78 |
| Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Citra Merek.....   | 78 |
| Tabel 4. 14 Rata-rata Hitung skor indikator citra merek .....                                     | 80 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresii Y atas X1 & X2 .....                     | 82 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Linieritas antara Merek dalam Bahasa Asing dengan Keputusan Pembelian ..... | 84 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....                             | 85 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana .....  | 86 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana .....  | 86 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....  | 88 |
| Tabel 4. 21 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....  | 88 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji Analisis Korelasi Pearson .....   | 90 |
| Tabel 4. 23 Hasil Uji Analisis Korelasi Pearson .....   | 90 |
| Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Merek dalam Bahasa Asing terhadap Keputusan Pembelian ..... | 91 |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....              | 92 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Survei Awal Keputusan pembelian .....                                | 105 |
| Lampiran 2 Format Saran dan Perbaikan SPP .....   | 106 |
| Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba Penelitian .....  | 107 |
| Lampiran 4 Uji Validasi Data Uji Coba Merek dalam Bahasa Asing (X1).....                  | 113 |
| Lampiran 5 Uji Reliabilitas Data Uji Coba Instrumen Merek dalam Bahasa Asing(X1)<br>..... | 114 |
| Lampiran 6 uji validitas data uji coba instrumen citra merek (X2) .....                   | 116 |
| Lampiran 7 Uji Reliability Data Uji Coba Instrumen Citra merek (X2) .....                 | 118 |
| Lampiran 8 Uji Validasi Data Uji Coba Instrumen keputusan pembelian (Y).....              | 120 |
| Lampiran 9 Uji Reliabilitas Data Uji Coba Instrumen keputusna pembelian (Y) ....          | 122 |
| Lampiran 10 Kuesioner Uji Final .....   | 125 |
| Lampiran 11 Tabulasi Data Uji Final Merek dalam Bahasa Asing (X1).....                    | 130 |
| Lampiran 12 Tabulasi Data Uji Final Citra merek (X2) .....                                | 135 |
| Lampiran 13 Tabulasi Data Uji Final Keputusan Pembelian (Y).....                          | 141 |
| Lampiran 14 Deskripsi Data Merek dalam Bahasa Asing(X1) .....                             | 146 |
| Lampiran 15 Hasil Output SPSS.....  | 149 |
| Lampiran 16 Kartu Konsultasi .....  | 153 |