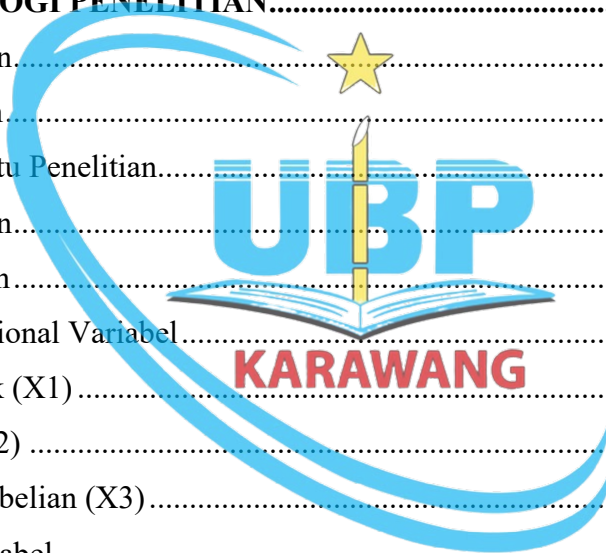


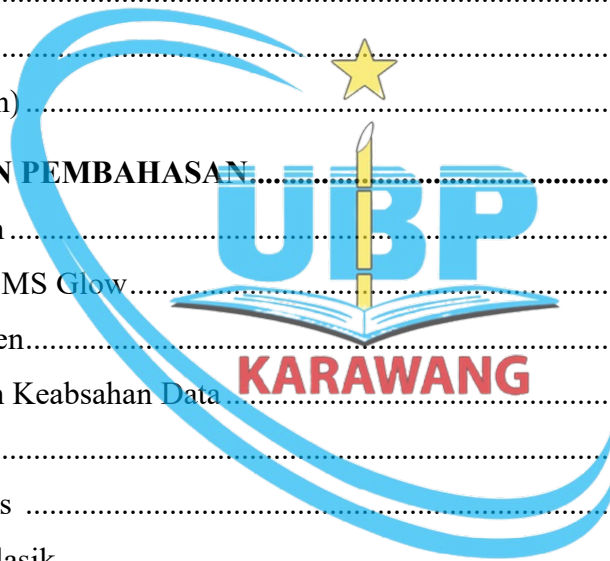
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.vii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	12
2.1.2 Pengertian Pemasaran	13
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14

2.1.5 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.1.6 Pengertian Gaya Hidup.....	17
2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4 Hipotesis Penelitan.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Desain Penelitian.....	36
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.3.2 Waktu Penelitian.....	39
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.1 Kualitas Produk (X1)	39
3.4.2 Gaya Hidup (X2)	40
3.4.3 Keputusan Pembelian (X3).....	40
3.4.4 Oprasional Variabel	42
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1 Sumber Data Penelitian.....	42
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Populasi,Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	43
3.6.1 Populasi Penelitian	43
3.6.2 Sampel Penelitian.....	44
3.6.3 Teknik <i>Sampling</i>	45
3.6.4 Instrumen Penelitian.....	47
3.7 Uji Keabsahan Data	47
3.7.1 Uji Instrumen	47



3.7.1.1 Uji Validitas	47
3.7.1.2 Rancangan Analisis	48
3.7.2 Metode Transformasi Data	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.3.1 Uji Normalitas	49
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas	50
3.8 Rancangan Analisis	50
3.8.1 Analisis Deskriptif	50
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.9 Uji Hipotesis	52
3.9.1 Uji t (Parsial)	52
3.9.2 Uji F (Simultan)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Profil Skincare MS Glow	54
4.1.2 Profil Responden	55
4.1.3 Hasil Pengujian Keabsahan Data	57
4.1.3.1 Uji Validitas	57
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	60
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.1.4.1 Uji Normalitas	61
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas	62
4.1.5 Transformasi Data	64
4.1.6 Analisis Deskriptif	64
4.1.6 Uji Model, Analisis Verifikatif dan Uji Hipotesis	68
4.1.6.1 Uji Regresi Linear Berganda	69
4.1.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.1.7 Uji Hipotesis	70
4.1.7.1 Uji t (Parsial)	70
4.1.7.2 Uji F (Simultan)	71

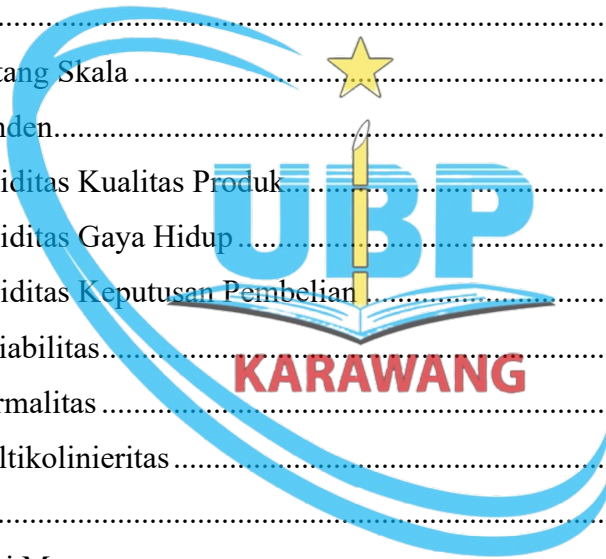


4.2	Pembahasan Penelitian.....	72
4.2.1	Pembahasan Deskriptif	72
4.2.1.1	Variabel Kualitas Produk (X1)	72
4.2.1.2	Variabel Gaya Hidup (X2).....	73
4.2.1.3	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
4.2.2	Pembahasan Verifikatif.....	73
4.2.2.1	Pengaruh Parsial Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.2.2.2	Pengaruh Parsial Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.2.2.3	Pengaruh Simultan antara Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-commarce	3
Tabel 1.2 Hasil Pra Kuesioner	6
Tabel 2.1 Dimensi Pengukuran Gaya Hidup AIO	18
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Tabel Kegiatan	39
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 3.3 Data Pengguna Skincare MS Glow di Kecamatan Telagasari Karawang	46
Tabel 3.4 Data Pengguna Skincare MS Glow di Kecamatan Telagasari Karawang Berdasarkan Usia	46
Tabel 3.5 Skala Likert	47
Tabel 3.6 Analisis Rentang Skala	51
Tabel 4.1 Profil Responden	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.8 Skala Likert	64
Tabel 4.9 Kategori Nilai Mean	65
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Variabel Gaya Hidup	67
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	71
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tanggapan Pengguna Skincare MS Glow Mengenai Kualitas Produk Skincare MS Glow	4
Gambar 2.1 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	23
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Logo MS Glow.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	80
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner Kualitas Produk (X1).....	84
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Gaya Hidup (X2)	87
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian (Y).....	90
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	93
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2).....	96
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)	102
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X2).....	103
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	104
Lampiran 11 Transformasi Data Variabel Kualitas Produk (X1).....	105
Lampiran 12 Transformasi Data Variabel Gaya Hidup (X2)	111
Lampiran 13 Transformasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	119
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi.....	127
Lampiran 15 Surat Keterangan Lulus Pengecekan Turnitin.....	128
Lampiran 16 Riwayat Hidup.....	129