

## 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