

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Industri Perawatan Pribadi.....	1
1.1.2 Persaingan Produk Perawatan Pribadi.....	2
1.1.3 Deorex Sebagai Alternatif Pengganti Deodoran.....	2
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB 2: LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Produk Deorex.....	6
2.2 Keputusan Pembelian.....	7
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
2.3.1 Kemasan Produk.....	9
2.3.2 Promosi Produk.....	10
2.3.3 Persepsi Kualitas (Perceived Quality).....	10
2.3.4 Harga.....	11
2.4 Penelitian Terdahulu.....	11
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	12
2.5.1 Kemasan Produk dan Keputusan Pembelian.....	12
2.5.2 Promosi Produk dan Keputusan Pembelian.....	13
2.5.3 Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian.....	13
2.5.4 Harga Produk dan Keputusan Pembelian.....	14
2.6 Kerangka Konseptual.....	15
BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN.....	16

3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	16
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Lokasi Penelitian.....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1 Uji Deskriptif.....	20
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	20
3.6.3 Uji Validitas.....	21
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	21
3.6.4.1 Uji Normalitas.....	21
3.6.4.2 Uji Multikolinearitas.....	21
3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	21
3.6.5 Pengujian ANOVA Dua Arah.....	21
BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Profil Responden.....	22
4.2 Uji Deskriptif.....	26
4.3 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	27
4.3.1 Uji Reliabilitas.....	27
4.3.2 Uji Validitas.....	28
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	30
4.4.1 Uji Normalitas.....	30
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	31
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	32
4.5 Pengujian ANOVA Dua Arah.....	32
4.6 Pembahasan.....	34
4.6.1 Profil dan Perilaku Konsumen.....	34
4.6.2.1 Persepsi Kualitas.....	36
4.6.2.2 Promosi Produk.....	43
4.6.2.3 Kemasan Produk.....	44
4.6.2.4 Harga Produk.....	45
4.6.3 Pengembangan Strategi Deorex.....	46
BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
5.2.1 Pengusaha atau Brand.....	48
5.2.2 Penelitian Selanjutnya.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	62