

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Wardah Cosmetics.....	1
1.1.2 Alasan Dipilihnya Objek Penelitian.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Aspek Praktis.....	10
1.5.2 Aspek Teoritis	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Pemasaran.....	12

2.1.2	Perilaku Konsumen	12
2.1.3	Perilaku Konsumen Wanita.....	14
2.1.4	Model Perilaku Konsumen.....	15
2.1.5	Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.6	Preferensi Konsumen	17
2.1.7	Preferensi Dalam <i>Hierarchy Effect Model</i>	18
2.1.8	Produk	20
2.1.9	Evaluasi Alternatif.....	21
2.1.10	Penelitian Terdahulu	22
2.2	Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	37
3.2.1	Skala Pengukuran	37
3.2.2	Operasional Variabel	38
3.3	Tahapan Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi Penelitian.....	42
3.4.2	Sampel Penelitian.....	43
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	44
3.5.1	Pengumpulan Data	44
3.5.2	Sumber Data.....	45
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	45

3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Teknik Analisis Data	48
3.7.2 Tahapan Analisis Konjoin	48
3.7.3 Menghitung <i>Customer Value Index</i>	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	53
4.1 Analisis Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Pengukuran <i>Predictive Accuracy</i> dan Uji Signifikansi	58
4.2.2 Nilai Kepentingan (<i>Importance</i>) Masing-Masing Atribut	59
4.2.3 Nilai Kegunaan (<i>Utility</i>) Masing-Masing Level Atribut	60
4.3 Kombinasi Ideal	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	66
LAMPIRAN I	72
LAMPIRAN II.....	78