

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Riwayat Hidup	v
Halaman Persembahan.....	vi
Sanwacana.....	vii
Abstrak Bahasa Indonesia.....	ix
Abstrak Bahasa Inggris	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.4.3 Manfaat Akademisi.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	16
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.3 Inovasi Produk	19
2.3.1 Tujuan Inovasi Produk	20
2.3.2 Tipe Inovasi Produk	20
2.3.3 Indikator Inovasi Produk	21
2.4 Kualitas Produk.....	21
2.4.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk.....	22
2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.5 Desain Kemasan.....	23
2.5.1 Tujuan Desain	23
2.5.2 Indikator Desain Kemasan	24
2.6 Penelitian Terdahulu	25
2.7 Pengembangan Hipotesis Penelitian	30

2.7.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	30
2.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	30
2.7.3 Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	31
2.8 Kerangka Penelitian	31
 BAB 3 METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	33
3.3 Sumber Data	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel	34
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6 Definisi Operasional Variabel	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.9 Uji Validitas.....	39
3.10 Uji Reliabilitas.....	39
3.11 Model Struktural atas Inner Model.....	40
3.12 Uji Hipotesis.....	40
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Pengumpulan Data	41
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.2.1 Uji Validitas	52
4.2.2 Uji Reabilitas.....	56
4.3 Model Struktural atau Inner Model	57
4.4 Hasil Uji Hipotesis	59
4.5 Pembahasan	61
4.5.1 Pengaruh Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung	61
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung	62
4.5.3 Pengaruh Desain Kemasan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung.....	63
 BAB 5 SIMPULAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	65
5.3 Saran	65
 DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Negara Asia di Segmen Kosmetik.....	1
Tabel 1.2. Pendapatan Negara Asia di Segmen Kosmetik.....	2
Tabel 1.3. Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia.....	2
Tabel 1.4. Brand Kosmetik Lokal Terbaik 2021	4
Tabel 1.6. Kumpulan Merek Kosmetik PT.Paragon.....	6
Tabel 1.7. Pra-Survei Pengguna Kosmetik Wardah	7
Tabel 3.2. Kriteria Penilaian Angket/Kuesioner	35
Tabel 3.1. Indikator dan Pernyataan Penelitian	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan Pendapatan.....	43
Tabel 4.5 Karakteristik berdasarkan Kecamatan Domisili Bandar Lampung	43
Tabel 4.6 Karakteristik berdasarkan Alasan Pengguna Wardah.....	44
Tabel 4.6 Karakteristik berdasarkan Alasan Pengguna Wardah.....	45
Tabel 4.8 Karakteristik Jenis Produk Wardah	46
Tabel 4.9 Karakteristik Pembelian Produk Wardah	47
Tabel 4.10 Karakteristik Pesaing Produk Wardah.....	47
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (X1).....	48
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	49
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden Variabel Desain Kemasan (X3)	50
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Loading Factor dengan SmartPls	52
Tabel 4.16 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Discriminant Validity dengan SmartPLS	54
Tabel 4.18 Nilai Cronbach Alpha5	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Composite Reliability dengan SmartPLS.....	56
Tabel 4.20 Nilai R-Square	57

Tabel 4.21 Nilai T-Statistic.....	58
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Parameter Validitas Konvergen	54

