

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

**ABSTRAK ..... i**

**KATA PENGANTAR..... ii**

**DAFTAR ISI..... v**

**DAFTAR TABEL..... iv**

**DAFTAR GAMBAR..... v**

**BAB I PENDAHULUAN.....1**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 9

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 9

1.2.2 Rumusan Masalah..... 10

1.3 Tujuan Penelitian ..... 10

1.4 Manfaat Penelitian ..... 10

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 10

1.4.2 Manfaat Praktis ..... 11

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

**HIPOTESIS .....12**

2.1 Kajian Pustaka..... 12

2.1.1 Ilmu Manajemen ..... 12

2.1.1.1 Pengertian Manajemen ..... 10

2.1.1.2 Tingkatan Manajemen ..... 13

2.1.1.3 Fungsi-fungsi Manajemen ..... 14

2.1.1.4 Bidang Manajemen .....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.2.3 Lingkup Pemasaran.....	20
2.1.2.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	21
2.1.3 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	22
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	22
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	24
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan Merek .....	25
2.1.4 Citra Merek ( <i>Brand image</i> ).....	27
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek ( <i>Brand image</i> ) .....	27
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Membentuk <i>Brand image</i> .....	28
2.1.4.3 Indikator Citra Merek ( <i>Brand image</i> ).....	29
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	30
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	30
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian .....	31
2.1.5.3 Tingkatan Keputusan Pembelian .....	32
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	33
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu .....	36
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	40

2.2.2 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3 Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	46
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.1 Definisi Variabel.....	47
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	48
3.3 Populasi dan Sampel .....	49
3.3.1 Populasi .....	49
3.3.2 Sampel .....	50
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.1 Sumber Data .....	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	62
3.6.1 Tempat Penelitian .....	62
3.6.2 Waktu Penelitian.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.1.1.1 Profil Singkat MS Glow .....	64

4.1.1.2 Profil Singkat MS Glow Store Ciamis .....	64
4.1.1.3 Produk MS Glow yang Tersedia di MS Glow Store Ciamis .....	65
4.1.2 Karakteristik Responden .....	67
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	69
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Mengenai <i>Brand Trust</i> Pada Konsumen MS Glow Store Ciamis ...	69
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Mengenai <i>Brand Image</i> Pada Konsumen MS Glow Store Ciamis.....	87
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Pada Konsumen MS Glow Store Ciamis ....	104
4.1.4 Hail Pengujian Hipotesis.....	122
4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Store Ciamis .....	122
4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Store Ciamis.....	129
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Store Ciamis .....	136
4.2 Pembahasan .....	146
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan pembelian MS Glow Store Ciamis .....	146
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Store Ciamis .....	147
4.2.3 Pengaruh <i>Brand trust</i> dan <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan pembelian MS Glow Store Ciamis.....	149
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>152</b>

5.1 Simpulan.....	152
5.2 Saran.....	152
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>154</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian MS Glow.....	6
Tabel 2.1 Fungsi-fungsi Manajemen.....	14
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	36
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	49
Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Jawaban .....	53
Tabel 3.3 Intepretasi Koefisien Korelasi.....	61
Tabel 3.4 <i>Time Schedule</i> .....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli Produk MS Glow di MS Glow Store Ciamis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5 Interpretasi Jawaban Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.6 Konsumen Memiliki Keyakinan yang Tinggi Terhadap MS Glow .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7 Konsumen Merasa Yakin dengan Kualitas Produk dari Merek MS Glow .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.8 Konsumen Percaya Bahwa Merek MS Glow Akan Selalu Memenuhi Janji-Janjinya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.9 Konsumen Memiliki Produk Dari Merek MS Glow Karena Merasa Nyaman dan Percaya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.10 Kepercayaan Konsumen Terhadap Merek MS Glow Tumbuh Seiring Berjalannya Waktu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.11 Konsumen Merasa Aman Menggunakan Produk dari MS Glow .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- Tabel 4.12 MS Glow Memberikan Informasi yang Jelas Tentang Komposisi Dari Produknya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13Konsumen Percaya Bahwa Produk dari MS Glow Telah Melewati Standar Keamanan yang Ketat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Menggunakan Produk dari Merek MS Glow Membuat Konsumen Merasa Tenang dan Tidak Khawatir .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Konsumen Merasa Yakin Bahwa Merek MS Glow Tidak Akan Menghasilkan Produk yang Berbahaya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Konsumen Percaya Bahwa MS Glow Memberikan Informasi yang Jujur Tentang Produknya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 MS Glow Terbuka Tentang Kelemahan atau Kesalahan yang Mungkin Terjadi Pada Produk .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Konsumen Percaya Bahwa MS Glow Memiliki Nilai yang Tinggi dalam Bisnisnya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Konsumen Yakin Bahwa Merek Ini Akan Memberikan Informasi yang Akurat dan Lengkap Mengenai Dampak Lingkungan dari Produk **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Konsumen Percaya Bahwa Merek Ini Akan Mengakui Kesalahan dan Mengambil Tindakan yang Diperlukan Jika Terjadi Masalah dengan Produk .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Rekapitulasi Kuesioner *Brand Trust* MS Glow Store Ciamis..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Pedoman Interpretasi tentang *Brand Trust* .**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 MS Glow Memiliki Citra yang Moderen dan *Up-To-Date* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 MS Glow Memiliki Kualitas yang Unggul Dibandingkan Produk Sejenis .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 MS Glow Memiliki Desain dan Estetika Yang Menarik .**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Konsumen Melihat MS Glow Sebagai Merek yang Inovatif dan Kreatif .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Produk dari MS Glow Dikenal Memiliki Komposisi yang Sesuai dengan Kebutuhan Perawatan Kulit Sehat ..... **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.28 Produk dari Merek MS Glow Memberikan Manfaat Nyata bagi Kebutuhan Kulit Konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Dengan Menggunakan Produk Dari MS Glow, Konsumen Merasa Lebih Dekat untuk Mencapai Kulit yang Sehat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Konsumen Percaya Bahwa Produk dari MS Glow dapat Mempengaruhi Kesehatan Kulit .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Pengalaman Positif dari Konsumen MS Glow Lainnya Membuktikan Manfaat Produk .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.32 Produk dari MS Glow Menjadi Solusi yang Efektif untuk Permasalahan Kulit yang Konsumen alami .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Konsumen Merasa Bahwa MS Glow Memberikan Produk dengan Nilai Tambah yang Sesuai dengan Harganya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.34 MS Glow Memberikan Pengalaman pada Konsumen dengan Konsisten Sesuai dengan Nilai-Nilai yang Dijanjikan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.35 MS Glow Terkenal dengan Komitmen Terhadap Bahan-Bahan Alami dalam Produksi Produknya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.36 Konsumen percaya bahwa MS Glow merupakan merek yang berintegritas tinggi dan selalu jujur mengenai produknya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.37 MS Glow Merupakan Merek yang Berkomitmen untuk Menghasilkan Produk yang Berkualits dan Aman Bagi Kulit Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.38 Rekapitulasi Kuesioner *Brand Image* MS Glow Store Ciamis ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.39 Pedoman Interpretasi tentang *Brand Image* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.40 Konsumen Merasa Antusias untuk Menggunakan Produk Dari MS Glow .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.41 Produk dari MS Glow Sangat Menarik Bagi Konsumen untuk Digunakan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.42 Konsumen Merasa Tertarik dengan Produk-Produk yang Ditawarkan Oleh MS Glow Karena Reputasi yang Baik.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.43 Manfaat dari Produk MS Glow Membuat Konsumen Penasaran dan Ingin Tahu Lebih Banyak.....**Error! Bookmark not defined.**



- Tabel 4.44 Konsumen Yakin Bahwa Produk dari Merek MS Glow Akan Memberikan Hasil yang Baik Untuk Kulit.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.45 Konsumen Memiliki Keyakinan Bahwa Produk MS Glow Memiliki Kualitas yang Dapat Diandalkan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.46 Konsumen Memiliki Keinginan Kuat Untuk Memiliki Produk-Produk dari MS Glow.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.47 Konsumen Merasa Sangat Ingin Membeli Produk MS Glow Untuk Merawat Kulit .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.48 Produk dari MS Glow Masuk dalam Prioritas Pembelian dalam Waktu Dekat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.49 Konsumen Bersedia Menunggu Lebih Lama untuk Mendapatkan Produk dari MS Glow Daripada Menggunakan Produk Sejenisnya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.50 Konsumen Bersedia Mengeluarkan Lebih Banyak Usaha dan Waktu Untuk Mendapatkan Manfaat Dari Produk MS Glow..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.51 Konsumen Rela Mengorbankan Uang Lebih Banyak Untuk Mendapatkan Produk MS Glow Daripada Produk Sejenis yang Lebih Murah ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.52 Produk dari MS Glow Menjadi Prioritas Dalam Perawatan Kulit..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.53 Konsumen Akan Memilih Untuk Membeli Produk MS Glow Tanpa Mempertimbangkan Merek Lain .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.54 Jika Ada Pilihan, Konsumen Akan Tetap Mengutamakan Pembelian Produk dari MS Glow daripada Produk Lain .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.55 Rekapitulasi Kuesioner Keputusan Pembelian MS Glow Store Ciamis .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.56 Pedoman Interpretasi tentang Keputusan Pembelian . **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.57 Data *Brand trust* ( $X_1$ ) dan Keputusan Pembelian (Y)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.58 Data *Brand image* ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (Y) ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.59 Data *Brand trust* ( $X_1$ ), *Brand image* ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian  
(Y) .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.60 Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian ....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trend Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Store Ciamis.....	5
Gambar 2.1 Konsep Bidang Manajemen .....	17
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	31
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Rekap Data Kuesioner

Lampiran 4 T Tabel

Lampiran 5 F Tabel

Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup