

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv

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

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 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

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen 12

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 12

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen 13

2.1.1.3 Asas-Asas Manajemen.....	21
2.1.1.4 Unsur-Unsur Manajemen.....	16
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	20
2.1.2.3 Proses Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.3 Kualitas Produk	22
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	22
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	26
2.1.4 Kepercayaan Konsumen	27
2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	27
2.1.4.2 Jenis Kepercayaan Konsumen	28
2.1.4.3 Indikator Kepercayaan Konsumen	29
2.1.5 Kepuasan Konsumen	30
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	30
2.1.5.2 Model Kepuasan Konsumen.....	31
2.1.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen	33
2.1.5.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	34
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	36
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	42
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43

2.2.3	Pegaru Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen	
	Terhadap Kepuasan Konsumen	44
2.3	Hipotesis Penelitian	46
BAB III	METODE PENELITIAN	47
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	47
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	48
3.2.1	Definisi Variabel	48
3.2.2	Operasional Variabel.....	49
3.3	Populasi dan Sampel	51
3.3.1	Populasi	51
3.3.2	Sampel	51
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1	Sumber Data	54
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5	Teknik Analisa Data	55
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	55
3.5.2	Analisis Asosiatif.....	58
3.6	Tempat dan Jadwal Penelitian.....	67
3.6.1	Tempat Penelitian	67
3.6.2	Jadwal Penelitian	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Hasil Penelitian	69
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.1.1	Profil Endro Cosmetics.....	69
4.1.1.2	Visi dan Misi Endro Cosmetic's	70

4.1.1.3 Struktur Organisasi Endro Cosmetics.....	71
4.1.2 Profil Wardah Kosmetik	71
4.1.2.1 Logo Wardah.....	72
4.1.3 Karakteristik Responden.....	73
4.1.4 Deskripsi Variabel.....	76
4.1.4.1 Hasil Penelitian Mengenai Kualitas Produk Pada Wardah di Endro Cosmetics	77
4.1.4.2 Hasil Penelitian Mengenai Kepercayaan Konsumen Pada Wardah di Endro Cosmetics.....	86
4.1.4.3 Hasil Penelitian Kepuasan Pada Wardah di Endro Cosmetics.....	95
4.1.5 Pegujian Hipotesis	103
4.1.5.1 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Wardah di Endro Cosmetics .	106
4.1.5.2 Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Wardah di Endro Cosmetics .	108
4.1.5.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Wardah di Endro Cosmetics	111
4.2 Pembahasan	118
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	118
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	120
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	122

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1 Simpulan	125
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	