# DAFTAR ISI

[ABSTRAK i](#_Toc86144492)

[ABSTRACT ii](#_Toc86144493)

[KATA PENGANTAR iii](#_Toc86144494)

[DAFTAR ISI v](#_Toc86144495)

[DAFTAR TABEL viii](#_Toc86144496)

[DAFTAR GAMBAR x](#_Toc86144497)

[LAMPIRAN xi](#_Toc86144498)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc86144499)

[1.1 Latar Belakang Masalah 1](#_Toc86144500)

[1.2 Identifikasi Masalah 5](#_Toc86144501)

[1.3 Batasan Masalah 5](#_Toc86144502)

[1.4 Rumusan Masalah 6](#_Toc86144503)

[1.5 Tujuan Penelitian 6](#_Toc86144504)

[1.6 Manfaat Penelitian 7](#_Toc86144505)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8](#_Toc86144506)

[2.1 Kualitas Produk 8](#_Toc86144507)

[2.1.1 Tingkatan Produk 9](#_Toc86144508)

[2.1.2 Indikator Kualitas Produk 10](#_Toc86144509)

[2.2 Kepercayaan Merek 11](#_Toc86144510)

[2.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek 11](#_Toc86144511)

[2.2.2 Dimensi Kepercayaan Merek 12](#_Toc86144512)

[2.2.3 Indikator Kepercayaan Merek 13](#_Toc86144513)

[2.3 Kepuasan Konsumen 14](#_Toc86144514)

[2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen 14](#_Toc86144515)

[2.3.2 Faktor yang menentukan kepuasan 16](#_Toc86144516)

[2.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen 18](#_Toc86144517)

[2.4 Penelitian Terdahulu 18](#_Toc86144518)

[2.5 Kerangka Konseptual 21](#_Toc86144519)

[2.6 Hipotesis 23](#_Toc86144520)

[BAB III METODE PENELITIAN 24](#_Toc86144521)

[3.1 Desain Penelitian 24](#_Toc86144522)

[3.2 Populasi Dan Sampel 24](#_Toc86144523)

[3.2.1 Populasi 24](#_Toc86144524)

[3.2.2 Sampel 24](#_Toc86144525)

[3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian 25](#_Toc86144526)

[3.3.1 Tempat Penelitian 25](#_Toc86144527)

[3.3.2 Waktu Penelitian 25](#_Toc86144528)

[3.4 Variabel Dan Indikator 26](#_Toc86144529)

[3.5 Instrumen Penekitian 28](#_Toc86144530)

[3.6 Teknik Pengumpulan Data 28](#_Toc86144531)

[3.7 Teknik Analisi Data 29](#_Toc86144532)

[3.7.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas 30](#_Toc86144533)

[3.7.2 Uji Asumsi Klasik 31](#_Toc86144534)

[3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda 33](#_Toc86144535)

[3.7.4 Uji Hipotesis 33](#_Toc86144536)

[BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 35](#_Toc86144537)

[4.1 Gambaran Umum Tentang Emina 35](#_Toc86144538)

[4.1.1 Sejarah PT. Paragon Technology and Innovation (Emina) 35](#_Toc86144539)

[4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 36](#_Toc86144540)

[4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan 37](#_Toc86144541)

[4.1.4 Produk Emina 37](#_Toc86144542)

[4.2 Hasil Penelitian 40](#_Toc86144543)

[4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden 40](#_Toc86144544)

[4.2.2 Deskripsi Jawaban Responeden 41](#_Toc86144545)

[4.3 Analisi Data dan Pembahasan 50](#_Toc86144546)

[4.3.1 Uji Validitas 50](#_Toc86144547)

[4.3.2 Uji Reliabelitas 52](#_Toc86144548)

[4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik 57](#_Toc86144549)

[4.3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 62](#_Toc86144550)

[4.3.5 Hasil Pengujian Hipotesis 64](#_Toc86144551)

[4.4 Pembahasan 68](#_Toc86144552)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 71](#_Toc86144553)

[5.1 Kesimpulan 71](#_Toc86144554)

[5.2 Saran 72](#_Toc86144555)

[DAFTAR PUSTAKA 73](#_Toc86144556)

# DAFTAR TABEL

[Tabel 1. 1 Daftar Brand Skincare lokal yang Berkualitas dan menjamin pilihan favorit 2020 2](#_Toc86144557)

[Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu 19](#_Toc78176387)

[Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 26](#_Toc86144558)

[Tabel 3. 2 Variabel Dan Indikator 26](#_Toc86144559)

[Tabel 3. 3Skala Likert 29](#_Toc86144560)

[Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 41](#_Toc86144565)

[Tabel 4. 2 Saat menggunakan kosmetik Emina memberikan hasil yang memuaskan X1.1 41](#_Toc86144566)

[Tabel 4. 3 Kosmetik Emina berfungsi sesuai kegunaanya 42](#_Toc86144567)

[Tabel 4. 4Kosmetik Emina memiliki daya tahan yang cukup lama 43](#_Toc86144568)

[Tabel 4. 5Kandungan bahan baku dalam kosmetik Emina aman bagi kulit saya X1.4 44](#_Toc86144569)

[Tabel 4. 6 Merek Emina sudah banyak diakui oleh banyak orang 45](#_Toc86144570)

[Tabel 4. 7 Emina adalah merek kosmetik yang terpercaya 45](#_Toc86144571)

[Tabel 4. 8 Emina tidak mudah untuk ditiru 46](#_Toc86144572)

[Tabel 4. 9 Merek Emina memiliki kualitas yang bagus 46](#_Toc86144573)

[Tabel 4. 10 Merek Emina sudah teruji aman untuk di pakai 47](#_Toc86144574)

[Tabel 4. 11 Saya merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan karena sesuai dengan harapan saya 48](#_Toc86144575)

[Tabel 4. 12 Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan Emina 48](#_Toc86144576)

[Tabel 4. 13 Saya ingin terus menggunakan produk kosmetik Emina kembali 49](#_Toc86144577)

[Tabel 4. 14 Saya ingin merekomendasikan produk Emina kepada teman-teman saya 49](#_Toc86144578)

[Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Kualitas Ptoduk (X1) 51](#_Toc86144579)

[Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek X2 51](#_Toc86144580)

[Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Y 52](#_Toc86144581)

[Tabel 4. 18 Pedoman Untuk Memberikan Interprestasi Koefisien Korelasi 52](#_Toc86144582)

[Tabel 4. 19 Cronbach’s Alpha Variabel Independent Kualitas Produk (X1) Reliability Statistics 53](#_Toc86144583)

[Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1) 53](#_Toc86144584)

[Tabel 4. 21 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1) 54](#_Toc86144585)

[Tabel 4. 22 Cronbach’s Alpha Variabel Independent Kepercayaan Merek(X2) 54](#_Toc86144586)

[Tabel 4. 23 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek (X2) 55](#_Toc86144587)

[Tabel 4. 24 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepercayaan Merek (X2) 55](#_Toc86144588)

[Tabel 4. 25 Cronbach’s Alpha Variabel Dependent Kepuasan Konsumen (Y) 56](#_Toc86144589)

[Tabel 4. 26 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 56](#_Toc86144590)

[Tabel 4. 27 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 56](#_Toc86144591)

[Tabel 4. 28 One-Sample Kolmogrov Smirnov Test 60](#_Toc86144592)

[Tabel 4. 29 Hasil Multikolinieritas 62](#_Toc86144593)

[Tabel 4. 30 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 63](#_Toc86144594)

[Tabel 4. 31 Hasil Uji t (Uji Parsial) Coefficientsa 65](#_Toc86144595)

[Tabel 4. 32 Hasil Uji F (Uji Simultan) 67](#_Toc86144596)

[Tabel 4. 33 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 68](#_Toc86144597)

# DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1. 1 Data Penjualan Kosmetik Dari Shopee 2020 3](#_Toc86144636)

[Gambar 2. 1Kerangka Konseptual 22](#_Toc86144644)

[Gambar 4.1Struktur Organisai PT Paragon Technology 37](#_Toc86144660)

[Gambar 4. 2 Emina Creamatte 38](#_Toc86144661)

[Gambar 4. 3 Bare With Me Mineral Cushion 38](#_Toc86144662)

[Gambar 4. 4 Emina Bare With Me Mineral Compact Powder 39](#_Toc86144663)

[Gambar 4. 5 Emina Lip Tint Eraser 39](#_Toc86144664)

[Gambar 4. 6 Emina Magic Potion 40](#_Toc86144665)

# LAMPIRAN

[Lampiran 1 75](#_Toc86144684)

[Lampiran 2 78](#_Toc86144685)

[Lampiran 3 86](#_Toc86144686)

[Lampiran 4 91](#_Toc86144687)

[Lampiran 5 93](#_Toc86144688)

[Lampiran 6 95](#_Toc86144689)