

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>II</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XVII</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. RUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3. TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4. KEGUNAAN .....</b>	<b>11</b>
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	11
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	11
<b>1.5. LOKASI DAN LAMA PENELITIAN .....</b>	<b>11</b>
1.5.1. Lokasi Penelitian.....	11
1.5.2. Lama Penelitian.....	12
<b>BAB II .....</b>	<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1. ADMINISTRASI BISNIS .....</b>	<b>14</b>
2.1.1. Pengertian Administrasi .....	14
2.1.2. Pengertian Bisnis.....	14
<b>2.2. PENGERTIAN PEMASARAN .....</b>	<b>16</b>
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
2.2.2. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	19
<b>2.3. PENGERTIAN BAURAN PEMASARAN.....</b>	<b>20</b>

2.3.1	Unsur – unsur Bauran Pemasaran .....	20
<b>2.4.</b>	<b>KUALITAS PRODUK .....</b>	<b>22</b>
2.4.1.	Pengertian Produk .....	22
2.4.2.	Pengertian Kualitas .....	22
2.4.3.	Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.4.4.	Indikator Kualitas Produk .....	23
2.4.5.	Dimensi kualitas produk .....	25
<b>2.5.</b>	<b>KEPUASAN PELANGGAN .....</b>	<b>26</b>
2.5.1.	Pengertian kepuasan pelanggan .....	26
2.5.2.	Indikator dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen .....	27
2.5.3.	Dimensi kepuasan Konsumen .....	27
<b>2.6.</b>	<b>HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN .....</b>	<b>28</b>
<b>2.7.</b>	<b>PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>29</b>
<b>2.8.</b>	<b>KERANGKA PEMIKIRAN &amp; HIPOTESIS .....</b>	<b>30</b>
2.8.1.	Kerangka Pemikiran.....	30
2.8.2.	Hipotesis.....	33
<b>BAB III.....</b>	<b>.....</b>	<b>35</b>
<b>METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>35</b>
3.1.	Paradigma Penelitian.....	35
3.1.1.	Paradigma penelitian .....	35
3.1.2.	Metode Penelitian yang digunakan .....	36
3.1.3.	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi variabel .....	37
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.2.1.	Data Primer .....	40
3.2.2.	Data Sekunder .....	42
3.3	Teknik Analisis Data .....	43
3.3.1.	Uji Validitas Instrumen .....	43
3.3.2.	Uji Reliabilitas Instrumen .....	45
3.3.3.	Persamaan Regresi Linear Sederhana .....	45
3.3.4.	Uji Hipotesis.....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>.....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DIAZZ BEAUTY CARE .....</b>	<b>50</b>
4.1.1	Sejarah Diazz Beauty Care.....	50
4.1.2	Logo Dan Data Tempat Penelitian.....	51
4.1.3	Visi Dan Misi Diazz Beauty Care .....	51
4.1.4	Struktur Organisasi.....	52
<b>4.2</b>	<b>KONDISI KUALITAS PRODUK PADA DIAZZ BEAUTY CARE.....</b>	<b>54</b>

4.2.1	Karakteristik Responden .....	54
4.2.2	Kondisi Kualitas Produk .....	56
4.2.3	Analisis Skor Variabel X .....	76
<b>4.3</b>	<b>KONDISI KEPUASAN PELANGGAN PADA DIAZZ BEAUTY CARE .....</b>	<b>80</b>
4.3.1	Kondisi Kepuasan Pelanggan.....	80
4.3.2	Analisis Skor Variabel Y .....	96
<b>4.4</b>	<b>PENGARU KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA DIAZZ BEAUTY CARE .....</b>	<b>99</b>
4.4.1	Uji Validitas Instrumen .....	99
4.4.2	Uji Reliabilitas Instrumen .....	102
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	103
4.4.4	Analisis Korelasi Rank Spearman.....	104
4.4.5	Analisis Korelasi Determinasi.....	105
4.4.6	Uji Hipotesis (Uji-T) .....	107
<b>4.5</b>	<b>HAMBATAN SERTA UPAYA YANG DILAKUKAN OLEH DIAZZ BEAUTY CARE .....</b>	<b>108</b>
4.5.1	Hambatan Yang Dihadapi Oleh Diazz Beauty Care .....	108
4.5.2	Upaya Yang Dilakukan Oleh Diazz Beauty Care .....	109
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>111</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>.....</b>	<b>111</b>
<b>5.1</b>	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>111</b>
<b>5.2</b>	<b>SARAN .....</b>	<b>114</b>
5.2.1	Bagi Perusahaan .....	114
5.2.2	Bagi Peneliti selanjutnya.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>120</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal penelitian.....	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	54
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden .....	56
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Karakteristik Produk Diazz Beauty Care Ringan.....	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Produk Diazz Beauty Care Dapat Mengatasi Permasalahan Kulit.....	60
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Kemasan Produk Diazz Beauty Care menarik.....	62
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Treatment Yang Beragam.....	64
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Produk Diazz Beauty Care sesuai standar produk .....	66
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Produk Diazz Beauty Care Tidak Membuat Iritasi .....	68
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Kemasan Produk Dapat Daya Tahan Produk .....	70
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Produk Memiliki Jangka Waktu Expired Relatif Lama .....	72
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Seorang Dokter Dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan.....	74
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Atas Pelayanan Staff Diazz Beauty Care.....	75
Tabel 4. 14 Resume Jawaban Kuesioner.....	78
Tabel 4. 15 Nilai Bobot Standar.....	79
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Melakukan Pembelian Secara Berulang dan Berkunjung Kembali atas kualitas produk yang baik.....	82
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Menggunakan Produk Diazz Beauty Care Terus-Menerus .....	83
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Merasa Puas Dengan Treatment Diazz Beauty Care .....	85
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Atas peayanan rekomendasi Produk Produk Diazz Beauty Care.....	86
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Atas Treatment Diazz Beauty Care Dan Merekomendasikan Treatment .	89

Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Mengenai Puas Terhadap Produk Dan Merekomendasikan Produk Diazz Beauty Care.....	90
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Mengenai harga produk sesuai dengan hasil yang diharapkan .....	93
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Mengenai menggunakan produk dan pelayanan treatment tanpa ada biaya tambahan .....	95
Tabel 4. 24 Resume Jawaban Kuesioner.....	97
Tabel 4. 25 Nilai Bobot Standar.....	98
Tabel 4. 26 Tabel pengujian validitas untuk Variabel X (Kualitas Produk).....	100
Tabel 4. 27 Tabel pengujian validitas variabel Y (Kepuasan Pelanggan ).....	101
Tabel 4. 28 Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian .....	102
Tabel 4. 29 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	103
Tabel 4. 30 Koefisien Korelasi Rank Spearman .....	105
Tabel 4. 31 Koefisien Determinasi.....	106
Tabel 4. 32 Hasil Uji Hipotesis (T).....	108

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Pangsa pasar industri kosmetik indonesia tahun 2010 – 2023 .....	3
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 3. 1 Paradigma Penelitian .....	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	52
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Variabel X .....	79
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Y .....	99