

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan penelitian	15
D. Kegunaan Penelitian.....	15
E. Hasil Penelitian Terdahulu	16
F. Kerangka Berfikir	21
G. Hipotesis penelitian	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
A. Manajemen Pemasara	25
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	25
2. Landasan Syariah Manajemen Pemasaran	27
3. Konsep pelayanan Jasa dalam Islam	36
B. Brand Image	40
1. Pengertian Brand Image.....	40
2. Landasan Syariah Brand Image	45
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Image	47
4. Strategi Brand Image dalam Pemasaran	48

C. Brand Trust	50
1. Pengertian Brand Trust	51
2. Landasan Syariah Brand Trust	52
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Trust	54
4. Strategi Brand Trust dalam Pemasaran	55
D. Keputusan Pembelian.....	58
1. Pengertian Keputusan Pembelian	58
2. Landasan Syariah Keputusan Pembelian	62
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Keputusan Pembelian	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	65
A. Lokasi Penelitian.....	65
B. Metodologi Penelitian	65
C. Jenis Data	66
D. Sumber Data	66
1. Data Primer	66
2. Data Sekunder	66
E. Populasi dan Sampel	67
F. Operasional Variabel Penelitian	68
G. Teknik Pengumpulan Data	70
H. Teknik Analisi Data	72
1. Uji Validitas data	72
2. Uji Reabilitas	73
3. Analisis Regresi Linier Berganda	73
4. Uji Korelasi	73
5. Uji Hipotesis	74
a. Uji F (simultan)	74
b. Uji t (parsial)	75
6. Uji Koefisien Determinasi	75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	76
1. Profile Marwah Skin Clinic	76
2. Visi dan Misi Marwah Skin Clinic	76
3. Our Core Values	77
4. Our Excellence	79
5. Our service	80
6. Bussines Process	80
B. Data Deskriptif Konsumen Marwah Skin Care Bandung dan Majalengka	82
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	82
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	84
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Islamic Branding Terhadap Marwah Skin Care.....	85
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Islamic Branding terhadap Marwah Skin Care	86
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk Lain Selain Marwah Skin Care	87
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Produk Lain Selain Marwah Skin Care.....	88
C. Pengolahan Data Deskriptif	89
1. Tanggapan Responden Tentang Brand Image (X1).....	89
a. Statistic Deskriptif Brand Image Marwah Skin Care....	96
2. Tanggapan Responden Tentang Brand Trust (X2)	99
a. Statistic Deskriptif Brand Trust Marwah Skin Care ...	105
3. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	107
a. Statistic Deskriptif Keputusan Pembelian Marwah Skin Care	115

D. Analisi Data	117
1. Uji Validitas	117
2. Uji Reabilitas	119
3. Analisi Linier Berganda	120
4. Analisi Korelasi	122
5. Uji Hipotesis	125
a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	125
b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	126
6. Analisi Koefisien Determinasi	128
E. Pembahasan Hasil Penelitian	129
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	129
2. Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian	130
3. Pengaruh Brand <i>Image</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	132
BAB V PENUTUP	134
A. Kesimpulan	134
B. Rekomendasi	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN – LAMPIRAN	BANDUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Klinik Kecantikan di Kota Bandung	9
Tabel 1.2	Hasil Observasi Awal Tanggapan Konsumen Marwah Skin Clinic	13
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	68
Tabel 3.2	Skor Alternatif Jawaban Kuesioner.....	71
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	83
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	85
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Islamic Branding Terhadap Marwah Skin Care.....	86
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk Lain Selain Marwah Skin Care.....	87
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Produk Lain Selain Marwah Skin Care.....	88
Tabel 4.8	Tanggapan Pernyataan Saya Dapat Mengenali Produk Marwah Skin Clinic Hanya Dengan Melihat Logo Atau Mereknya Saja	89
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Memiliki Citra Sebagai Klinik Kecantikan Islami Atau Mempunyai Islamic Branding	90
Tabel 4.10	Tanggapan Responden mengenai Pernyataa Saya Merasa Puas Dan Bangga Memakai Produk Marwah Skin Clinic Dan Akan Melakukan Pembelian Kembali	91

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Halal Label Mendorong Saya Untuk Melakukan Pembelian	92
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Mempunyai Reputasi Merek Kosmetik dengan Kualitas yang Baik	93
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Merek Marwah Skin Clinic Memberikan Kesan Positif Terhadap Konsumen.....	94
Tabel 4.14	Pernyataan Merek Marwah Skin Clinic Memberikan Kesan Positif Kepada Konsumenya Melalui Iklan Atau <i>Brand Ammbasador</i>	95
Tabel 4.15	Statistik Deskriptip Brand Image Marwah Skin care	96
Tabel 4.16	Skor Kategori	97
Tabel 4.17	Kategori Skor Jawaban Responden Tentang Variabel (X1) Brand Image.....	98
Tabel 4.18	Pernyataan Saya Terpenuhi Ketika Menggunakan Produc Marwah Skin Clinic	99
Tabel 4.19	Pernyataan Saya Percaya Dengan Prucduc Marwah Skin Clinic Karena Proses dan Pelayanannya	100
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Aman Menggunakan Marwah Skin Clinic Karena BPOM Licensed.....	101
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Saya Lebih Yakin Terhadap Marwah Skin Clinic Karena Halal Produk (<i>MUI Sertificated</i>)	102
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Marwah Skin Clinic Selalu Berusaha Memuaskan Konsumenya Melalui Pelayanan Yang Terbaik Yang Diberikan Kepada Konsumenya.....	103
Tabel 4.23	Saya Percaya Bahwa Marwah Skin Clinic Akan Jujur Dan Bersungguh- Sungguh Dalam Menangani Keluhan Konsumen (<i>Trusted</i>)	104
Tabel 4.24	Statistik Deskriptif Brand Trust Marwah Skin Care	105
Tabel 4.25	Skor Jabawan Responden Tentang Variabel (X2) Brand Trust	106
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Saya Membeli Produk Marwah Skin	

	Clinic Karena Kebutuhan	107
Tabel 4.27	Saya Mengumpulkan Informasi Sebelum Membeli / Menggunakan Jasa Klinik Marwah Skin Clinic	108
Tabel 4.28	Saya Membeli / Menggunakan Jasa Klinik Marwah Skin Clinic Karena Memiliki Kualitas Pelayanan Yang Sesuai Denga Harapan.....	109
Tabel 4.29	Saya Membeli / Menggunakan Jasa Klinik Marwah Skin Clinic Karena Memiliki <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Yang Baik Dan Sebagai Produk Yang <i>Trusted</i> (Terpercaya).....	110
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Memberikan Kepuasan Setelah Membeli	111
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Selalu Menyediakan Produk Dengan Jumlah Pembelian Konsumen (Selalu <i>Ready Stock</i>).....	112
Tabel 4.32	Pernyataan Responden Mengenai Pernyataan Mudahnya Melakukan Transaksi Atau Pembayaran Di Marwah Skin Clinic	113
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Metode Pembayaran Yang Digunakan Di Marwah Skin Clinic Halal (Tidak Riba).....	114
Tabel 4.34	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian Marwan Skin Care	115
Tabel 4.35	Skor Jawaban Responden Tentang Variabel (Y) Keputusan Pembelian .	116
Tabel 4.36	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	118
Tabel 4.37	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	118
Tabel 4.38	Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	119
Tabel 4.39	Hasil Pengujian Reabilitas Variabel X (<i>Brand Image</i>).....	119
Tabel 4. 40	Hasil Pengujian Reabilitas Variabel X (<i>Brand Trust</i>).....	120
Tabel 4.41	Hasil Pengujian Reabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	120

Tabel 4. 42 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	121
Tabel 4.43 Hasil Pengujian Korelasi Berganda dan Determasi	122
Tabel 4.44 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	123
Tabel 4.45 Hasil Matrik Korelasi	125
Tabel 4.46 Hasil Uji T	125
Tabel 4.47 Hasil Uji F	127
Tabel 4.48 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	128
Tabel 4.49 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	129



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produk Registered BPOM 2018	5
Gambar 1.2	Logo Marwah Skin Clinic	10
Gambar 1.3	<i>Brand Ambassador</i> Marwah Skin Clinic.....	11
Gambar 1.4	Iklan Salah Satu Produk Marwah Skin Clinic	11
Gambar 1.5	Kerangka Berfikir	23
Gambar 2.1	Model Lima Tahapan Keputusan Pembelian.....	60
Gambar 4.1	Logo Marwah Skin Clinic	78
Gambar 4.2	<i>Brand Ambassador</i> Marwah Skin Clinic.....	78
Gambar 4.3	Proses Produksi Marwah Skin Care	79
Gambar 4.4	Proses Treatmen Di Marwah Skin Clinic	80
Gambar 4.5	Tim Dokter Aestetik Marwah Skin Clinic	81
Gambar 4.6	Tim Terapis Marwah Skin Clinic	82
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	86
Gambar 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Islamic Branding Terhadap Marwah Skin Care.....	87
Gambar 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk Lain Selain Marwah Skin Care	88

Gambar 4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Produk Lain Selain Marwah Skin Care	89
Gambar 4.14	Tanggapan Pernyataan Saya Dapat Mengenali Produk Marwah Skin Clinic Hanya Dengan Melihat Logo Atau Mereknya Saja	90
Gambar 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Memiliki Citra Sebagai Klinik Kecantikan Islami Atau Mempunyai Islamic Branding	91
Gambar 4.16	Tanggapan Responden mengenai Pernyataan Saya Merasa Puas Dan Bangga Memakai Produk Marwah Skin Clinic Dan Akan Melakukan Pembelian Kembali.....	92
Gambar 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Halal Label Mendorong Saya Untuk Melakukan Pembelian.....	93
Gambar 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Mempunyai Reputasi Merek Kosmetik dengan Kualitas yang Baik.....	94
Gambar 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Merek Marwah Skin Clinic Memberikan Kesan Positif Terhadap Konsumen.....	95
Gambar 4.20	Pernyataan Merek Marwah Skin Clinic Memberikan Kesan Positif Kepada Konsumenya Melalui Iklan Atau <i>Brand Ammbasador</i>	96
Gambar 4.21	Garis Kontinum Variabel Brand Image (X1)	99
Gambar 4.22	Pernyataan Kebutuhan Saya Terpenuhi Ketika Menggunakan Produk Marwah Skin Clinic.....	100
Gambar 4.23	Pernyataan Saya Percaya Dengan Produk Marwah Skin Clinic Karena Proses Dan Pelayanannya.....	101
Gambar 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Aman Menggunakan Marwah Skin Clinic Karena BPOM Licensed.....	102
Gambar 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Saya Lebih Yakin Terhadap Marwah Skin Clinic Karena Halal Produk (<i>MUI Sertificated</i>).....	103
Gambar 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Marwah Skin Clinic Selalu Berusaha Memuaskan Konsumenya Melalui Pelayanan Yang Terbaik Yang Diberikan Kepada Konsumenya.....	104

	Saya Percaya Bahwa Marwah Skin Clinic Akan Jujur Dan	
Gambar 4.27	Bersungguh-Sungguh Dalam Menangani Keluhan Konsumen (<i>Trusted</i>)	105
Gambar 4.28	Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Brand Trust (X2) ...	107
Gambar 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Saya Membeli Produk Marwah Skin Clinic Karena Kebutuhan	108
Gambar 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Saya Mengumpulkan Informasi Sebelum Membeli Atau Menggunakan Jasa Klinik Marwah Skin Clinic	109
Gambar 4.31	Saya Membeli / Menggunakan Jasa Klinik Marwah Skin Clinic Karena Memiliki Kualitas Pelayanan Yang Sesuai Denga Harapan	110
Gambar 4.32	Saya Membeli / Menggunakan Jasa Klinik Marwah Skin Clinic Karena Memiliki <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Yang Baik Dan Sebagai Produk Yang <i>Trusted</i> (Terpercaya).....	111
Gambar 4.33	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Memberikan Kepuasan Setelah Membeli.....	112
Gambar 4.34	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Marwah Skin Clinic Selalu Menyediakan Produk Dengan Jumlah Pembelian Konsumen (Selalu <i>Ready Stock</i>).....	113
Gambar 4.35	Pernyataan Responden Mengenai Pernyataan Mudahnya Melakukan Transaksi Atau Pembayaran Di Marwah Skin Clinic.....	114
Gambar 4.36	Tanggapan Responden Mengenai Permnnyataan Metode Pembayaran Yang Digunakan Di Marwah Skin Clinic Halal (Tidak Riba)	115
Gambar 4.37	Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	117
Gambar 4.38	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Uji Parsial.....	126
Gambar 4.39	Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Pada Uji Simultan	128

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Pembimbing 1
2. Lembar Bimbingan pembimbing 2
3. Contoh Produk Marwah Skin Care
4. Contoh Kuesioner
5. Skor Jawaban Kuisisioner
6. Hasil Analisis SPSS ver. 22
7. Daftar Riwayat Hidup

