

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB 2.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Produk.....	5
2.2.1 Definisi Produk	5
2.2.2 Atribut Produk	7
2.2.3 Kualitas Produk.....	9
2.3 Positioning	10
2.4 Persepsi.....	10
2.4.1 Pengertian Persepsi	10
2.4.2 Proses Persepsi.....	11
2.5 Multidimensional Scaling (MDS)	12
2.5.1 Definisi Multidimensional Scaling (MDS)	12
2.5.2 Jenis-Jenis Multidimensional Scaling (MDS)	15
2.5.3 Validitas MDS	17
2.6 Skincare	18
2.6.1 Harga	18
2.6.2 Bahan Aktif pada Skincare	18
2.6.3 Kesesuaian dengan Jenis Kulit Wajah	19

2.6.4 Merek	20
2.6.5 Label Produk	22
2.6.6 Keamanan Produk Skincare	22
2.7 Penelitian Terdahulu	23
2.8 Kerangka Pemikiran	25
BAB 3	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Tahapan Penelitian	26
3.2 Uraian Tahapan Penelitian	27
3.2.1 Ide Penelitian	27
3.2.2 Studi Literatur	27
3.2.3 Pengumpulan Data	28
3.2.4 Atribut Produk	29
3.2.5 Pengolahan Data	30
3.2.6 Analisa Hasil	33
3.2.7 Kesimpulan dan Saran	33
BAB 4	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 <i>Overview</i> Penelitian	34
4.2 Preprocessing Data	34
4.2.1 Karakteristik Responden	34
4.2.2 Uji Kecukupan Data	37
4.2.3 Validitas Data	38
4.2.4 Reliabilitas Data	39
4.3 Nilai R-Square dan Nilai Stress	39
4.4 Perceptual Map	40
4.4.1 Analisis Jarak Euclidean Berdasarkan Atribut Harga	41
4.4.2 Analisis Jarak Euclidean Berdasarkan Atribut Bahan Aktif Skincare ..	42
4.4.3 Analisis Jarak Euclidean Berdasarkan Atribut Kesesuaian dengan Jenis Kulit	43
4.4.4 Analisis Jarak Euclidean Berdasarkan Atribut Merek	45
4.4.5 Analisis Jarak Euclidean Berdasarkan Atribut Label Produk	46

4.4.6 Analisis Jarak Euclidean Berdasarkan Atribut Keamanan Produk	47
4.5 Pembahasan	48
BAB 5.....	51
KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	51
LAMPIRAN	55

