

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Skala Usaha	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Visi Misi Perusahaan	3
1.1.5 Produk Camille Beauty.....	4
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Pemasaran.....	18
2.1.1 Bauran Pemasaran	19
2.2 Digital Marketing	20
2.2.1 Dimensi Digital Marketing.....	22
2.3 Pemasaran Media Sosial.....	22
2.3.1 Dimensi Pemasaran Media Sosial	23
2.4 TikTok.....	24
2.5 Kualitas Produk	25
2.5.1 Dimensi Kualitas Produk.....	26
2.6 Keputusan Pembelian	27
2.6.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	28
2.7 Hubungan Pemasaran Media Sosial dan Keputusan Pembelian	28
2.8 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.6 Penelitian Terdahulu	30
2.7 Kerangka Pemikiran	39

2.8 Hipotesis Penelitian.....	42
2.9 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	43
3.2.1 Variabel Independen (X).....	43
3.2.2 Variabel Dependen (Y).....	44
3.3 Skala Pengukuran.....	48
3.4 Tahapan Penelitian.....	49
3.5 Populasi, dan Sampel.....	49
3.5.1 Populasi.....	49
3.5.2 Sampel.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.1 Data Primer.....	51
3.6.2 Data Sekunder.....	51
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52
3.7.1 Uji Validitas.....	52
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1 Statistika Deskriptif.....	55
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.10 Uji Hipotesis.....	57
3.11 Uji Parsial t.....	57
3.12 Uji Simultan F.....	58
3.13 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
BAB IV	60
4.1 Pengumpulan Data.....	60
4.2 Karakteristik Responden.....	60
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	63

4.3	Hasil Penelitian	63
4.3.1	Analisis Deskriptif	64
4.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	77
4.4	Method Of Succesive Internal (MSI)	79
4.5	Uji Asumsi Klasik	80
4.5.1	Uji Normalitas.....	80
4.5.2	Uji Multikolinearitas	82
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
4.7	Uji Hipotesis.....	85
4.7.1	Uji Parsial (Uji t).....	85
4.7.2	Uji Simultan (Uji F).....	87
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
4.9	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	88
4.9.1	Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial TikTok	89
4.9.2	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	89
4.9.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	90
4.9.4	Analisis Pengaruh Social Media Marketing pada TikTok terhadap Keputusan Pembelian	90
4.9.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.9.6	Analisis Pengaruh Social Media Marketing pada TikTok dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara Simultan	91
BAB V	93
5.2.1	Saran Bagi Camille Beauty	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99