

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Logo Somethinc	3
1.1.4 Strategi Umum Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Identifikasi Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	22
1.5.2 Manfaat Praktis	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Tinjauan Pustaka	24
2.1.1 Pemasaran	24
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM).....	27
2.1.3 <i>Beauty Influencer</i>	29
2.1.4 <i>Impulsive Buying</i>	31

2.2 Hubungan Antar Variabel	34
2.2.1 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM) terhadap <i>Impulsive Buying</i>	34
2.2.2 Hubungan antara <i>Beauty Influencer</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	34
2.3 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3.1 Penelitian Terdahulu dari Skripsi	36
2.3.2 Penelitian Terdahulu dari Jurnal Nasional.....	42
2.3.3 Penelitian Terdahulu dari Jurnal Internasional	48
2.4 Kerangka Penelitian	54
2.5 Hipotesis Penelitian.....	56
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	56
BAB III.....	58
METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	58
3.2.1 Variabel Operasional	58
3.2.2 Skala Pengukuran	62
3.3 Tahapan Penelitian	63
3.4 Populasi dan Sampel	64
3.4.1 Populasi.....	64
3.4.2 Sampel	65
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	66
3.5 Pengumpulan Data	67
3.5.1 Sumber Data	67
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	67
3.6.1 Uji Validitas.....	68
3.6.2 Uji Reliabilitas	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	70
3.7.1 Analisis Eksplanatif	70
3.7.2 <i>Method of Successive Internal</i> (MSI).....	72
3.7.3 <i>Statistical Package for Social Sciences</i> (SPSS).....	73
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	73
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75

3.8 Uji Hipotesis	75
3.8.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji f).....	76
3.8.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	77
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi	77
BAB IV	79
PEMBAHASAN	79
4.1 Pengumpulan Data	79
4.2 Karakteristik Responden	80
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	82
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku dalam Perbulan	83
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Kosmetik Perbulan	84
4.3 Hasil Penelitian.....	85
4.3.1 Analisis Eksplanatif	85
4.3.2 <i>Method of Successive Internal</i> (MSI).....	104
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	104
4.3.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	108
4.4 Uji Hipotesis.....	109
4.4.1 Uji Simultan (Uji f).....	110
4.4.2 Uji Parsial (Uji t).....	111
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	113
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	114
4.5.1 Uji Hipotesis 1: <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM) dan <i>Beauty Influencer</i> Berpengaruh terhadap <i>Impulsive Buying</i>	114
4.5.2 Uji Hipotesis 2: <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM) Berpengaruh terhadap <i>Impulsive Buying</i>	115
4.5.3 Uji Hipotesis 3: <i>Beauty Influencer</i> Berpengaruh terhadap <i>Impulsive Buying</i>	115
BAB V.....	117
KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan.....	117

5.2 Saran	119
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	119
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	127