

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	15
C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	16
D. Rumusan Masalah.....	18
E. Tujuan Penelitian	18
F. Manfaat Penelitian.....	19
1. Manfaat Teoritis	19
2. Manfaat Praktis	19
G. Jadwal Penelitian	20
H. Sistematik Penulisan Skripsi.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Konsep dan Teori.....	22
1. Manajemen.....	22
2. Manajemen Pemasaran	29
3. <i>Brand Image</i>	31
4. <i>Online Consumer Review</i>	34
5. Keputusan Pembelian	37
6. Generasi Z	40
7. <i>Electronic Word Of Mouth (e - WOM)</i>	42
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	44

C. Kerangka Berfikir.....	47
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2. Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	49
D. Hipotesis.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
A. Metode dan Pendekatan Penelitian.....	52
B. Jenis dan Sumber Data	53
1. Jenis Data.....	53
2. Sumber Data	53
C. Populasi dan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampel.....	55
D. Operasionalisasi Variabel.....	58
1. Variabel Penelitian.....	58
2. Operasional Variabel.....	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	61
1. Studi Lapangan.....	61
2. Studi Kepustakaan	62
F. Teknik Analisis Data	63
1. Analisis Data Deskriptif.....	63
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	64
3. Uji Asumsi Klasik	65
4. Analisis Regresi Linear Berganda	66
5. Uji Hipotesis	67
6. Koefisien Determinasi	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
1. Profil Produk <i>Skintific</i>	71
2. <i>TikTok Shop</i> Sebagai Media Distribusi dan Informasi	74
3. Logo	77
4. Visi dan Misi.....	77
5. Produk <i>Skintific</i>	78
B. Teknik Analisis Data.....	78
1. Analisis Deskriptif Statistik.....	78
2. Uji Instrumen Data.....	101
3. Uji Asumsi Klasik.....	107
4. Analisis Regresi Linier Berganda	111
5. Uji Hipotesis	113
6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	118

C. Pembahasan.....	119
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Sunscreen Skintific</i>	120
2. Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Sunscreen Skintific</i>	123
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Sunscreen Skintific</i>	129
BAB V PENUTUP.....	133
A. Kesimpulan.....	133
B. Keterbatasan Penelitian	134
C. Saran	135
1. Saran Teoritis	135
2. Saran Praktis	136
DAFTAR PUSTAKA	138
A. Buku.....	138
B. Jurnal	139
LAMPIRAN.....	141
Lampiran 1: Kuesioner Pernyataan.....	141
Lampiran 2 : Tanggapan responden.....	143
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	147
Lampiran 4: Uji Validitas	150
Lampiran 5: Hasil Uji Realibilitas	152
Lampiran 6: Uji Normalitas	153
Lampiran 7: Uji Multikolinearitas.....	154
Lampiran 8: Uji Heteroskedastistas.....	154
Lampiran 9: Uji Regresi Linier Berganda	154
Lampiran 10: Uji T	155
Lampiran 11: Uji F	155
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi (R²)	155

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Jumlah Generasi Z Di Kota Bandung	54
Tabel 3.2 Operasional Variabel	60
Tabel 3.3 Skor Skala Interval.....	62
Tabel 3.4 Kriteria Impretasi	65
Tabel 4.1 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	82
Tabel 4.2 Interpretasi Skor Analisis Deskriptif	84
Tabel 4.3 Interval Kelas dalam Deskripsi Penelitian.....	85
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image	86
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Online Consumer Review</i>	93
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	97
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1).....	102
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Online Consumer Review</i> (X2)	104
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	105
Tabel 4.10 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	106
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> (X1)	106
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas <i>Online Consumer Review</i> (X2)	106
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	107
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	108
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolineritas	109
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastitas.	111
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	112
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Uji Parsial)	114
Tabel 4.19 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	116
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	118
Tabel 4.21 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo TikTokshop.....	1
Gambar 1.2 Produk <i>Sunscreen Skintific</i>	3
Gambar 1.3 Kategori Produk Terbanyak Dibeli	4
Gambar 1.4 Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan	5
Gambar 1.5 Peringkat Penjualan Tiktokshop Kategori <i>Sunscreen</i>	7
Gambar 1.6 Komentar Negatif Produk <i>Skintific</i>	9
Gambar 1.7 Ulasan Positif dan Negatif Pelanggan <i>Skintific</i>	12
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	50
Gambar 4.1 Akun Media Sosial TikTok <i>Skintific (@Skintific_id)</i>	76
Gambar 4.2 Logo Perusahaan <i>Skintific</i>	77
Gambar 4.3 Produk <i>Skintific</i>	78
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81

