

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Kerangka Pemikiran	14
1.7 Penelitian Terdahulu.....	15
1.8 Hipotesis Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Manajemen	19
2.2 Pemasaran.....	23
2.3 <i>Retargeting</i>	25
2.4 Promosi.....	29
2.5 Keputusan Pembelian	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34

3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Variabel Penelitian	38
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.7 Tempat dan Jadwal Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Fashion and Beauty E-Commerce</i> di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 <i>Traffic</i> Situs Sociolla.....	7
Tabel 1.3 Hasil Kuisisioner Mengenai <i>Retargeting</i>	10
Tabel 1.4 Kuisisioner Mengenai Promosi.....	11
Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> Angket.....	37
Tabel 3.2 Variabel Operasional Penelitian.....	38
Tabel 3.3 Pedoman Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel <i>Retargeting</i> (X1).....	50
Tabel 4.2 Uji Validitas Promosi (X2)	50
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	51
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel <i>Retargeting</i> (X1)	52
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2).....	52
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	53
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	53
Tabel 4.8 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	55
Tabel 4.9 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	56
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Mengenai <i>Retargeting</i>	58
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Mengenai Promosi.....	61
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Mengenai Keputusan Pembelian Kons.....	63
Tabel 4.14 Kriteria Interpretasi Skor Koefisien Korelasi	70
Tabel 4.15 Matriks Korelasi.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.18 Uji Simultan (Uji F)	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi (R^2)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>E-Commerce</i> di Indonesia pada Q3 tahun 2019	2
Gambar 1.2 Pengeluaran Konsumen <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 1.3 Data <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q4 2019	8
Gambar 2.1 Contoh Iklan <i>Retargeting</i> pada Instagram Ads.	29
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian Menurut Kotler dan Gary Amstrong..	31
Gambar 4.1 Logo Sociolla	47
Gambar 4.2 Tampilan <i>Website</i> Sociolla.....	49
Gambar 4.3 Diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	54
Gambar 4.4 Diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	56
Gambar 4.5 Diagram karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	57
Gambar 4.6 Garis Kontinium Variabel <i>Retargeting</i> (X1).....	59
Gambar 4.7 Garis Kontinium Variabel Promosi (X2)	64
Gambar 4.8 Garis Kontinium Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	64
Gambar 4.9 Garis Persentasi Variabel <i>Retargeting</i> (X1).....	66
Gambar 4.10 Garis Persentasi Variabel Promosi (X2)	67
Gambar 4.11 Garis Persentasi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) ...	68
Gambar 4.12 Hasil Uji Hipotesis <i>Retargeting</i> terhadap Keputusan Pembelian....	77
Gambar 4.13 Hasil Uji Hipotesis Promosi terhadap Keputusan Pembelian	77
Gambar 4.14 Daerah Hasil Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji f)	80