

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN_PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Keterkaitan Antar Variabel .....	35
D. Kerangka Pemikiran .....	40
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN .....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	42
C. Populasi.....	42
D. Sampel dan Teknik Sampling .....	43
E. Jenis Data Penelitian.....	45

F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	46
H. Definisi Operasional Variabel.....	47
I. Skala Pengukuran Variabel.....	53
J. Uji Instrumen .....	55
K. Teknik Analisis Data .....	58
BAB IV.....	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	63
A. Analisis Deskriptif.....	63
B. Analisis Kuantitatif.....	70
C. Pembahasan.....	76
BAB V .....	84
KESIMPULAN DAN SARAN .....	84
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Layanan Media Sosial .....	3
Gambar 1. 2 Data Penjualan Transaksi Produk Skincare Avoskin.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir .....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna Layanan Internet dan Sosial Media di Indonesia .....	2
Tabel 1. 2 Top 5 Merek Perawatan Wajah di E-Commerce Indonesia .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu dan Penelitian Terkini .....	30
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	42
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3. 3 Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden .....	54
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Calon Konsumen Mengetahui Produk Skincare Avoskin .....	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden .....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Status / Pekerjaan Responden .....	65
Tabel 4. 5 Penilaian Social Media Marketing Activities (SMMA).....	67
Tabel 4. 6 Penilaian Electronic Word Of Mouth (e-WOM) .....	68
Tabel 4. 7 Penilaian Ekuitas Merek.....	68
Tabel 4. 8 Penilaian Niat Pembelian .....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 .....	98
LAMPIRAN 2 .....	103
LAMPIRAN 3 .....	110
LAMPIRAN 4 .....	117
LAMPIRAN 5 .....	141
LAMPIRAN 6 .....	144
LAMPIRAN 7 .....	147