

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ORISINALITAS SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Landasan Teori.....	12
1.6.1 Landasan Teoritis .....	12
1.6.2 Landasan Empiris .....	18
1.6.3 Kerangka Pemikiran .....	23
1.7 Definisi Konsep dan Operasional.....	24
1.7.1 Definisi Konsep.....	24
1.7.2 Definisi Operasional.....	26
1.8 Metode Penelitian.....	29
1.8.1 Tipe Penelitian.....	29
1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	29
1.8.3 Lokasi Penelitian .....	30
1.8.4 Sumber Data .....	30
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
1.8.6 Populasi dan Sampel .....	31

1.8.7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	34
1.8.8 Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
2.1 Sejarah Singkat Produk Azarine .....	38
2.2 Visi dan Misi .....	39
2.3 <i>Brand</i> DNA .....	39
2.4 Produk Azarine.....	39
2.5 Media Sosial Azarine .....	41
2.6 Iklan Produk Azarine .....	42
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Hasil Penelitian .....	43
3.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	43
3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	47
3.1.3 Uji Instrumen Data Penelitian .....	50
3.1.4 Analisis EPIC Model.....	51
3.2 Pembahasan.....	58
3.3 Implikasi Penelitian.....	61
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Kesimpulan .....	64
4.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Tiktok pada tahun 2022 .....	7
Tabel 1.2 Pengukuran Efektivitas Iklan .....	16
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 1.4 Penjelasan Teori Besar Sampai Dengan Item-Item Pernyataan .....	27
Tabel 1.5 Skala Penilaian Penelitian .....	31
Tabel 1.6 Klasifikasi Kriteria Penilaian Presentase .....	37
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 3.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 3.3 Karakteristik berdasarkan Penginstalan Aplikasi Tiktok .....	44
Tabel 3.4 Rata - rata penggunaan Aplikasi Tiktok dalam satu hari .....	45
Tabel 3.5 Pengetahuan Produk Azarine .....	45
Tabel 3.6 Pengetahuan Varian Produk dari Azarine .....	46
Tabel 3.7 <i>Descriptif Statistics</i> Variabel Empati ( <i>Empathy</i> ) .....	47
Tabel 3.8 <i>Descriptif Statistics</i> Variabel Persuasi ( <i>Persuasion</i> ) .....	47
Tabel 3.9 <i>Descriptif Statistics</i> Variabel Dampak ( <i>Impact</i> ) .....	48
Tabel 3.10 <i>Descriptif Statistics</i> Variabel Komunikasi ( <i>Communication</i> ) .....	49
Tabel 3.11 Uji Validitas .....	50
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian .....	51
Tabel 3.13 Frekuensi Indikator Dimensi Empati .....	52
Tabel 3.14 Frekuensi Indikator Dimensi Persuasi .....	54
Tabel 3.15 Frekuensi Indikator Dimensi Dampak .....	55
Tabel 3.16 Frekuensi Indikator Dimensi Komunikasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trend Penjualan Kosmetik di Indonesia .....	4
Gambar 1.2 Data Tren pencarian skincare dan makeup .....	5
Gambar 1.3 Produk <i>Sunscreen</i> pertama Azarine .....	6
Gambar 1.4 Iklan Azarine Pada Tiktok .....	9
Gambar 1.5 Kerangka Pikir Penelitian .....	24
Gambar 2.1 Iklan Azarine pada E <i>Commerce</i> / marketplace .....	41
Gambar 2.1 Iklan Azarine pada Media Sosial .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	72
Lampiran 2. Data Penelitian .....	75
Lampiran 3. Olah Data SPSS .....	78
Lampiran 4. Kuesioner <i>Google Form</i> .....	81
Lampiran 5. Penyebaran <i>Google Form</i> .....	82