

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis .....	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA .....	11
A. Landasan Teori .....	11
1. <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli) .....	11
a. Definisi <i>Purchase Intention</i> .....	11
b. Indikator <i>Purchase Intention</i> .....	14
2. <i>Online Consumer Review</i> .....	16
a. Definisi <i>Online Consumer Review</i> .....	16
b. Indikator <i>Online Consumer Review</i> .....	18
3. <i>Social Media Advertising</i> (Iklan Media Sosial) .....	19
a. Definisi <i>Social Media Advertising</i> .....	19
b. Indikator <i>Social Media Advertising</i> .....	22
4. <i>Influencer Endorsement</i> .....	23
a. Definisi <i>Influencer Endorsement</i> .....	23

b. Indikator <i>Influencer Endorsement</i> .....	26
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Hubungan antar Variabel.....	29
1. Hubungan <i>Online Consumer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	29
2. Hubungan <i>Social Media Advertising</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	29
3. Hubungan <i>Influencer Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	30
D. Kerangka Konseptual .....	30
E. Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Rancangan Penelitian .....	32
B. Obyek dan Waktu Penelitian .....	33
C. Populasi .....	33
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	33
1. Sampel .....	33
2. Besaran Sampel.....	34
3. Teknik Sampling.....	34
E. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	35
1. Variabel Independen (X).....	35
2. Variable Dependen (Y).....	35
F. Definisi Operasional Variabel .....	35
G. Jenis Data Penelitian .....	37
H. Prosedur Pengambilan Data .....	37
I. Skala Pengukuran Variabel .....	37
J. Variabel Indikator.....	39
K. Uji Instrumen.....	40
1. Uji Validitas .....	40
2. Uji Reliabilitas .....	42
3. Analisis Deskriptif .....	45
4. Analisis Kuantitatif .....	45
a. Regresi linear berganda.....	46
b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
5. Uji F .....	47

6. Uji t (Parsial).....	48
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Analisis Deskriptif.....	49
1. Karakteristik Responden.....	49
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	50
2. Analisis Deskriptif Variabel .....	51
a. <i>Online Consumer Review</i> .....	52
b. <i>Social Media Advertising</i> .....	53
c. <i>Influencer Endorsement</i> .....	54
d. <i>Purchase Intention</i> .....	55
B. Analisis Kuantitatif.....	56
1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
2. Uji Hipotesis .....	58
a. Uji F.....	58
b. Uji t.....	59
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
C. Pembahasan.....	61
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 2 Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan 2022 .....	2
Gambar 1. 3 Review Produk Luxcrime .....	5
Gambar 1. 4 Review Produk Luxcrime .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3. 1 Operasioal Variabel .....	36
Tabel 3. 2 Variabel Indikator .....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 3. 1 Operasioal Variabel .....	36
Tabel 3. 2 Variabel Indikator .....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Universitas .....	50
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Online Consumer Review</i> .....	52
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>Social Media Advertising</i> .....	53
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Influencer Endorsement</i> .....	55
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Bebas terhadap <i>Purchase Intention</i> 57	
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2: Rekapitulasi Data Penelitian .....	86
Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	90
Lampiran 4: Frekuensi Karakteristik Responden.....	97
Lampiran 5: Hasil Regresi Linear Berganda.....	99