

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	xvi
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.4.3 Manfaat Umum.....	13
1.5 Kerangka Pemikiran	14
1.6 Hipotesis	14
1.6.1 Pengaruh Beauty Influencer terhadap Purchase Intention	15
1.6.2 Pengaruh Online Consumer Review terhadap purchase intention.....	15
1.6.3 Pengaruh Beauty Influencer dan Online Consumer Review terhadap purchase intention.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18

2.1	Kajian Teori	18
2.2	Beauty Influencer.....	20
	2.2.1 Definisi Beauty Influencer	20
	2.2.2 Kredibilitas Beauty Influencer	23
2.3	Online Consumer Review	26
2.4	Media Sosial	28
2.5	TikTok	31
2.6	Purchase Intention.....	32
	2.6.1 Pengertian Purchase Intention	32
	2.6.2 Tahapan Purchase Intention	35
2.7	Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Rancangan Penelitian.....	45
3.2	Objek dan Waktu Penelitian	46
	3.2.1 Objek Penelitian	46
	3.2.2 Waktu Penelitian	47
3.3	Populasi dan Sampel.....	47
	3.3.1 Populasi	47
	3.3.2 Sampel	47
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	49
3.5	Jenis Data Penelitian	50
3.6	Metode Pengambilan Data.....	51
3.7	Klasifikasi Variabel Penelitian	52
3.8	Definisi Operasional Variabel	53
3.9	Skala Pengukuran	59
3.10	Uji Instrumen	64
	3.10.1 Uji Validitas	64
	3.10.2 Uji Realibilitas	68
3.11	Teknik Analisis Data	70
	3.11.1 Analisis Kuantitatif	70
3.12	Uji Asumsi Klasik	71

3.12.1 Uji Normalitas.....	71
3.12.2. Uji Multikolonieritas.....	72
3.12.3 Uji Heterokedastisitas	72
3.13 Uji Hipotesis.....	73
3.13.1 Uji Parsial	73
3.13.1 Uji Simultan.....	73
3.13.1 Koefisien Determinasi	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	74
4.2 Deskripsi Responden	74
4.2.1 Jenis Kelamin	74
4.2.2 Usia.....	74
4.2.3 Pekerjaan	74
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	77
4.3.1 Variabel Beauty Influencer (X_1)	78
4.3.2 Variabel Online Consumer Review (X^2)	90
4.3.3 Variabel Purchase Intention (Y)	103
4.4 Analisis Kuantitatif	117
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	117
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	122
4.7 Uji Hipotesis	124
4.8 Pembahasan	127
BAB V PENUTUP.....	137
5.1 Kesimpulan	137
5.2 Saran	138
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	144