

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	40
D. Kerangka Konseptual.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Rancangan Penelitian.....	45
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	45
C. Populasi.....	47

D. Sampel dan Teknik Sampling .....	47
E. Jenis dan Sumber Data.....	49
F. Prosedur Pengambilan Data .....	49
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	50
H. Definisi Operasional Variabel.....	51
I. Uji Instrumen .....	56
J. Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
A. Analisis Deskriptif .....	62
B. Analisis Kuantitatif .....	73
C. Pembahasan.....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Tren Pencarian Produk <i>Skincare</i> 29 Mei – 26 Maret 2023 .....	6
---	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	46
Tabel 3.2 Penentuan Skor dan Jawaban Responden .....	50
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	62
Tabel 4.2 Program Studi Responden.....	63
Tabel 4.3 Sumber Mengetahui Produk <i>Skincare</i> The Originote .....	64
Tabel 4.4 <i>Platform</i> Menyimak Ulasan Mengenai Produk <i>Skincare</i> The Originote Responden.....	65
Tabel 4.5 <i>Store</i> yang Pernah Dikunjungi Responden .....	66
Tabel 4.6 Kategori Variabel.....	67
Tabel 4.7 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM).....	67
Tabel 4.8 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>Visual Merchandising</i> .....	69
Tabel 4.9 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	71
Tabel 4.10 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian....	72
Tabel 4.11 Hasil <i>Outer Loading</i> 100 responden .....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> 100 Responden.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> .....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> .....	81
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>R-Square</i> .....	82
Tabel 4.17 Nilai <i>R-Square</i> dan AVE.....	82
Tabel 4.18 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	84
Tabel 4.19 Hasil <i>Specific Indirect Effect</i> .....	87

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	44
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Outer Model.....	74
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Inner Model.....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Ulasan Produk <i>Skincare</i> The Originote .....	102
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 3 Data 100 Responden.....	111
Lampiran 4 Karakteristik 100 Responden.....	140
Lampiran 5 Hasil Pengujian 100 Responden.....	142