

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Bagi Perusahaan	11
1.4.2 Bagi Akademis	11
1.4.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	11
1.5 Tinjauan Pustaka	11
1.5.1 Tinjauan Teoritik	11
1.5.2 Tinjauan Empiris	38

1.6 Pengaruh Antar Variabel	49
1.6.1 Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan Pembelian	49
1.6.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	50
1.6.3 Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	50
1.7 Kerangka Pemikiran.....	52
1.8 Hipotesis	53
1.9 Definisi Konsep dan Operasional.....	55
1.9.1 Definisi Konsep	55
1. 10. Metode penelitian.....	60
1.10.1 Jenis Penelitian	61
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	61
1.10.3 Lokasi penelitian	61
1.10.4 Populasi	62
1.10.5 Sampel.....	62
1.10.6 Teknik Pengambilan Sampel	63
1.10.7 Metode pengumpulan data.....	64
1.10.8 Skala Pengukuran Data	64
1.10.9 Uji Validitas dan Reabilitas	65
1.10.10 Analisis Data.....	66
1.10.11 Uji Hipotesis	68
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	70
2.1 Sejarah dan Latar Belakang Scarlett Whitening.....	70
2.2 Visi dan Misi	70

2.2.1 Visi:	70
2.2.2 Misi :	71
2.3 Produk-Produk Scarlett Whitening	71
2.4 Strategi Pemasaran	71
2.5 Prestasi dan Penghargaan	74
2.6 Tantangan dan Prospek Masa Depan	75
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	76
3.1 Analisis Data.....	76
3.1.1 Karakteristik Responden	76
3.1.2 Uji Instrumen	77
3.1.3 Analisis Data.....	80
3.1.4 Uji Hipotesis	117
BAB IV PENUTUP	125
4.1 Kesimpulan	125
4.2 Saran.....	125
4.2.1 Bagi Scarlett Whitening	125
4.2.2. Bagi peneliti selanjutnya.....	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tinjauan Empirik.....	43
Tabel 1.2 hubungan antar variabel	51
Tabel 1.3 Tabel operasional variabel, indikator dan item	58
Tabel 3.1 Karakteristik Responden	77
Tabel 3.2 Uji Validitas	78
Tabel 3.3 Uji Reabilitas	79
Tabel 3.4 Analisis Pernyataan Scarlett Whitening diketahui dari popularitas pemilikinya	81
Tabel 3.5 Analisis pernyataan perusahaan Scarlett Whitening memiliki mutu yg tinggi dalam menciptakan produk	82
Tabel 3.6 Analisis pernyataan produk perawatan tubuh Scarlett Whitening efektif untuk mencerahkan kulit.....	83
Tabel 3.7 Analisis pernyataan produk Scarlett Whitening baik untuk digunakan jangka panjang.....	84
Tabel 3.8 Analisis pernyataan Scarlett Whitening aman digunakan mulai dari umur 17 tahun.....	85
Tabel 3.9 Analisis pernyataan Scarlett Whitening perawatan tubuh yang banyak digunakan oleh para artis dan influencer	86
Tabel 3.10 Rata-rata item variabel citra merek	87

Tabel 3.11 Analisis pernyataan Rachel Vennya sebagai tokoh endorser produk Scarlett Whitening yang menarik dan dikenal banyak orang	88
Tabel 3.12 Analisis pernyataan Rachel vennyanya sosok yang baik dalam membangun personal branding melalui akun media sosialnya	89
Tabel 3.13 Analisis pernyataan penyampaian endorser produk oleh Rachel Vennya secara detail, lengkap, jelas dan mudah dipahami.....	90
Tabel 3.14 Analisis pernyataan Rachel Vennya merupakan <i>beauty influencer</i> berkompeten	91
Tabel 3.15 Analisis pernyataan Rachel vennyanya merupakan <i>influencer</i> terkenal	92
Tabel 3.16 Analisis pernyataan Rachel vennyanya merupakan salah satu <i>influencer</i> besar di Indonesia yang memiliki kejujuran tinggi pada saat endorse produk kecantikan	93
Tabel 3.17 Rata-rata item variabel <i>celebrity endorser</i>	94
Tabel 3.18 Analisis pernyataan responden pernah mendapatkan informasi manfaat Scarlett Whitening untuk mencerahkan dan merawat kulit tubuh	95
Tabel 3.19 Analisis pernyataan responden mendapatkan informasi terkait kandungan pada produk Scarlett Whitening yang aman	96
Tabel 3.20 Analisis pernyataan responden melihat testimoni tentang efektivitas mencerahkan kulit produk Scarlett Whitening	97
Tabel 3.21 Analisis pernyataan responden melihat testimoni body lotion yang mampu mencerahkan dalam satu kali pemakaian	98
Tabel 3.22 Analisis pernyataan responden mendapatkan rekomendasi menghaluskan kulit dengan membeli produk body scrub Scarlett Whitening ...	99

Tabel 3.23 Analisis pernyataan responden pernah mendapatkan ajakan dari orang terdekat untuk membeli produk Scarlett Whitening	100
Tabel 3.24 Rata-rata item variabel <i>word of mouth</i>	101
Tabel 3.25 Analisis pernyataan responden tidak berpikir 2x untuk membeli produk Scarlett Whitening	102
Tabel 3.26 Analisis pernyataan Responden yakin membeli produk Scarlett Whitening.....	103
Tabel 3.27 Analisis pernyataan responden akan membeli produk Scarlett Whitening dibandingkan merek kecantikan lain	104
Tabel 3.28 Analisis pernyataan responden akan membeli produk Scarlett Whitening dalam jumlah banyak	105
Tabel 3.29 Analisis pernyataan Responden akan merekomendasikan produk Scarlett Whitening kepada orang lain	106
Tabel 3.30 Analisis pernyataan responden akan mengajak teman dan orang terdekat untuk membeli produk Scarlett Whitening	107
Tabel 3.31 Analisis pernyataan Responden merasa puas dengan produk Scarlett Whitening.....	108
Tabel 3.32 Analisis pernyataan responden akan membeli produk Scarlett Whitening lagi dikemudian hari	109
Tabel 3.33 Rata-rata item variabel keputusan pembelian	110
Tabel 3.34 Uji Normalitas	111
Tabel 3.35 Uji Multtikolinieritas	112

Tabel 3.36 Persamaan linier berganda	114
Tabel 3.37 Koefisien korelasi	116
Tabel 3.38 Uji T Citra merek.....	117
Tabel 3.39 Uji T <i>Celebrity endorser</i>	118
Tabel 3.40 Uji T <i>Word of Mouth</i>	118
Tabel 3.41 Uji F.....	119
Tabel 3.42 R square.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Skincare Lokal Terlaris	2
Gambar 1.2 Penguasa Brand Perawatan Tubuh di Januari 2021	3
Gambar 1.3 Persentase produk body lotion di e-commerce shopee dan Tokopedia..	3
Gambar 1.4 Produk serum terlaris di E-Commerce Shopee dan Tokopedia	4
Gambar 1.5 Profil Instagram Rachel Vennya.....	7
Gambar 1.6 Ulasan konsumen Scarlett Whitening di e-commerce shopee	8
Gambar 1.7 Ulasan konsumen Scarlett Whitening di e-commerce shopee	8
Gambar 1.8 Model perilaku konsumen.....	17
Gambar 1.9 Kerangka berpikir	52
Gambar 1.10 Model hipotesis.....	54
Gambar 2.1 Variasi Parfum Scarlett Whitening.....	73
Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas	114