

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Keputusan Pembelian.....	15
2. <i>Storytelling Marketing</i>	17
3. <i>Brand Ambassador</i>	20
4. <i>Tagline</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Hubungan Antar Variabel	46
D. Kerangka Pemikiran.....	49
E. Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Rancangan Penelitian.....	52
B. Objek Penelitian dan Waktu Penelitian.....	53
C. Populasi.....	53
D. Sampel dan Teknik Sampling	53

E. Jenis Data Penelitian	54
F. Teknik Pengumpulan Data.....	55
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	55
H. Definisi Operasional Variabel.....	56
I. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	57
J. Uji Instrumen Penelitian	58
K. Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Analisis Deskriptif Responden.....	64
B. Analisis Deskripsi Variabel	65
C. Analisis Hipotesis	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Produk Bibir 2021	6
Gambar 1. 2 Wardah Berada pada Posisi Pertama 2023.....	7
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Produk Bibir Wardah 2019-2023	7
Gambar 1. 4 Cuplikan <i>Storytelling Marketing</i> Wardah	8
Gambar 1. 5 Amanda Rawles Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Wardah	9
Gambar 1. 6 Wardah Top 4 Penjualan Kosmetik Awal 2022.....	10
Gambar 1. 7 Wardah Termasuk <i>Brand</i> Terlaris 2022.....	11
Gambar 1. 8 Grafik Persaingan <i>Brand</i> Kategori Kosmetik Bibir	11
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3. 2 Tabel Instrumen Skala Likert.....	57
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	64
Tabel 4. 2 Statistik Responden.....	65
Tabel 4. 3 Kriteria Analisis Deskripsi.....	67
Tabel 4. 4 Penilaian Responden Mengenai <i>Storytelling Marketing</i>	67
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i>	68
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Mengenai <i>Tagline</i>	69
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Mengenai Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Rekapitulasi Identitas dan Tabulasi Data Responden.....	96
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 30 Responden.....	105
Lampiran 4 Hasil Uji Karakteristik Responden	109
Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif	111
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	115