

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	9
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	10
1.5.2 Tinjauan Empirik	17
1.6 Hubungan Antar Variabel.....	29
1.6.1 Pengaruh Influencer Marketing terhadap Impulsive Buying	29
1.6.2 Pengaruh Promosi penjualan terhadap Impulsive Buying	29
1.6.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Impulsive Buying	30
1.7 Kerangka Pemikiran	30
1.8 Hipotesis	32
1.9 Definisi Konseptual & Definisi Operasional	33
1.9.1 Definisi Konseptual	33
1.9.2 Definisi Operasional	34
1.10 Metode Penelitian.....	37
1.10.1 Jenis Penelitian	37
1.10.2 Objek Penelitian	37
1.10.3 Lokasi Penelitian	37
1.10.4 Populasi dan Sampel Penelitian	38
1.10.5 Jenis Data dan Sumber Data	40
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.10.7 Teknik Pengukuran Data.....	41
1.10.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
1.11 Teknik Analisis Data	43
1.11.2 Analisis Statistik Inferensial	44

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	50
2.1 Sejarah Mother of Pearl Beauty by Tasya Farasya.....	50
2.2 Daftar Produk Mother of Pearl Beauty	51
2.3 Logo Mother of Pearl Beauty	53
2.4 Visi dan Misi Mother of Pearl	54
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	55
3.1 Uji Instrumen.....	55
3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	55
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	57
3.2 Karakteristik Responden	58
3.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
3.3 Analisis Data.....	59
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	59
3.4 Analisis Statistik Inferensial.....	84
3.4.1 Uji Asumsi Klasik	84
3.4.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	88
3.5 Pembahasan	92
3.5.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Impulsive Buying.....	92
3.5.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Impulsive Buying.....	93
3.5.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Impulsive Buying	93
3.5.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> , Promosi Penjualan dan Inovasi Produk terhadap Impulsive Buying	94
BAB IV PENUTUP	95
4.1 Kesimpulan.....	95
4.2 Saran.....	95