

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Hubungan Antar Variabel, Hipotesis, dan Kerangka Pemikiran.....	17
D.Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Rancangan Penelitian.....	21
B. Populasi	21
C. Sampel dan Teknik Sampling	21

D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	22
E. Jenis Data Penelitian	23
F. Obyek dan Waktu Penelitian	23
G. Prosedur Pengambilan Data	24
H. Definisi Operasional Variabel.....	24
I. Skala Pengukuran Variabel	26
J. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Analisis Deskriptif Responden.....	35
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	36
C. Analisis Kuantitatif Responden.....	42
D. Hasil Uji Hipotesis.....	60
E. Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Skedul Waktu Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Skala Likert.....	24
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	25
Tabel 3. 4 Interval Variabel.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2 <i>Brand Ambassador</i>	36
Tabel 4.3 Kualitas Produk.....	38
Tabel 4.4 <i>Brand Image</i>	40
Tabel 4. 5 Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.6 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Pada Tingkat Dimensi	44
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Pada Tingkat Variabel.....	50
Tabel 4.8 Hasil <i>Cross Loading Factor</i>	51
Tabel 4.9 Hasil AVE Tingkat 1 (Dimensi)	52
Tabel 4.10 Hasil AVE Tingkat 2 (Tingkat Variabel)	53
Tabel 4.11 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> Tingkat 1 (Dimensi)	54
Tabel 4.12 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> Tingkat 2 (Variabel)	55
Tabel 4.13 Hasil Uji R-Square	56
Tabel 4.14 Hasil Uji F-Square.....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Q-Square	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data 20 Negara dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak	1
Gambar 1.2 Persentase Penggemar K-Pop Dalam Membeli Produk Yang Dipromosikan Idolanya	2
Gambar 1.3 Data Ketertarikan Penggemar K-Pop Dalam Membeli Produk	3
Gambar 1.4 Perkiraan Pendapatan Produk Skincare dan Makeup di Indonesia	4
Gambar 1.5 Data Usia Pertama Kali Menggunakan Skincare	5
Gambar 1.6 Data Profit Innisfree Tahun 2013-2023	7
Gambar 1.7 7 Brand Skincare Korea yang Populer di Indonesia	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1 Hasil Algoritma SmartPLS 4.0.....	43
Gambar 4.2 Hasil Algoritma SmartPLS4.0 (Stage 2).....	49
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping SmartPLS4.0	64

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I LEMBAR KUESIONER PENELITIAN	78
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA 110 RESPONDEN	86
LAMPIRAN III REKAPITULASI DATA 110 RESPONDEN	90
LAMPIRAN IV HASIL UJI PARTIAL LEAST SQUARE	102