

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	i
MOTTO.....	ii
ABSTRAKSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Tinjauan Pustaka	13
1.5.1 Tinjauan Teoritik	13
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	34
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	49
1.7 Kerangka Pemikiran	55
1.8 Hipotesis	57
1.9 Model Hipotesis	58
1.10 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	59
1.10.1 Definisi Konsep	60
1.10.2 Definisi Operasional	60
1.11 Metode Penelitian.....	68
1.11.1 Jenis Penelitian	68
1.11.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	68
1.11.3 Lokasi Penelitian	68
1.11.5 Sumber Data.....	69
1.11.6 Teknik Pengumpulan Data.....	69
1.11.7 Skala Pengukuran	69
1.11.8 Populasi dan Sampel.....	70
1.11.9 Teknik Sampling	71
1.11.10 Uji Instrumen.....	72
1.11.11 Teknik Analisis Data.....	74

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	77
2.1 Gambaran Umum Somethinc.....	77
2.1.1 Sejarah Pendirian Somethinc	77
2.1.2 Logo dan Nilai Somethinc	78
2.1.3 Visi dan Misi Somethinc.....	80
2.2 Produk-produk Somethinc	81
2.4 Gambaran Content Marketing Somethinc	83
2.5 Gambaran Fear of Missing Out Somethinc	84
2.6 Gambaran Impulsive Buying Somethinc.....	85
2.7 Gambaran Post-purchase regret Somethinc.....	86
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	88
3.1 Hasil Uji Instrumen	89
3.1.1 Hasil Uji Validitas	89
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	92
3.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	92
3.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	94
3.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	94
3.3 Analisis Data.....	95
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	157