

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO PERSEMBAHAN	iv
ABTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4. Landasan Teori	9
1.5. Tinjauan Empirik.....	30
1.6. Kerangka Konseptual	36
1.7. Hipotesis	37
1.8. Definisi Konsep dan Operasional	37
1.8.1. Definisi Konseptual.....	37
1.8.2. Definisi Operasional.....	39
1.9. Metode Penelitian.....	60
1.9.1. Tipe Penelitian.....	60
1.9.2. Lokasi Penelitian	60
1.9.3. Sumber Data	60
1.9.4. Teknik Pengumpulan Data	61
1.9.5. Skala Pengukuran	61
1.9.6. Populasi	62
1.9.7. Sampel	62
1.10. Teknik Analisis Data.....	64
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	73
2.1. Sejarah <i>Somethinc</i>	73
2.2. Visi dan Misi	75
2.3. Produk <i>Somethinc</i>	75

2.4. <i>Green Marketing Somethinc</i>	78
2.5. <i>Influencer Somethinc</i>	79
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	81
3.1. Karakteristik Responden.....	81
3.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	83
3.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	87
3.3.1. Variabel <i>Green Marketing</i>	88
3.3.2. Variabel <i>Influencer Marketing</i>	90
3.3.3. Variabel <i>Product Quality</i>	92
3.3.4. Variabel Keputusan Pembelian	95
3.4. Analisis Uji Asumsi Klasik	97
3.5. Uji Hipotesis	100
3.5.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	100
3.5.2. Uji Regresi Linear Berganda.....	101
3.5.3. Uji F (Secara Simultan).....	103
3.5.4. Uji t (Secara Parsial)	104
3.6. Pembahasan	105
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	110
4.1. Kesimpulan.....	110
4.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 10 brand perawatan dan kecantikan terbaik di <i>e-commerce</i>	4
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 2.1 Logo <i>Somethinc</i>	74
Gambar 2.2 Produk <i>Skincare Somethinc</i>	75
Gambar 2.3 Produk <i>Body Care Somethinc</i>	76
Gambar 2.4 Produk <i>Hair Care somethinc</i>	76
Gambar 2.5 Produk <i>Tools</i> Kecantikan	77
Gambar 2.6 Produk <i>Make-up Somethinc</i>	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Tinjauan Empirik	32
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 1.3 Skala <i>Likert</i>	61
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	82
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas	86
Tabel 3.5 Bobot Skor	88
Tabel 3.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Green Marketing</i>	98
Tabel 3.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Influencer Marketing</i>	90
Tabel 3.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product Quality</i>	93
Tabel 3.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	96
Tabel 3.10 Hasil Uji Normalitas	99
Tabel 3.11 Hasil Uji Heteroskederitas	100
Tabel 3.12 Hasil Uji Multikolinieritas	101
Tabel 3.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	101
Tabel 3.14 Hasil Uji Uji Regresi Linear Berganda	102
Tabel 3.15 Hasil Uji F (Simultan).....	104
Tabel 3.16 Hasil Uji t (Parsial)	