

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
A. Latar Belakang	14
B. Rumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian.....	23
D. Manfaat Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
A. Landasan Teori	25
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Hubungan Antar Variabel	38
D. Rerangka Pemikiran	41
E. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Rancangan Penelitian	43
B. Obyek dan Waktu Penelitian	44
C. Populasi	44
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	44
E. Jenis Data Penelitian	47
F. Prosedur Pengambilan Data	47

G. Klasifikasi Variabel Penelitian	47
H. Definisi Operasional Variabel	48
I. Skala Pengukuran Variabel	50
J. Uji Instrumen	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Analisis Deskriptif.....	59
B. Analisis Kuantitatif	65
C. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	81
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	86
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS.....	107
LAMPIRAN 4 HASIL UJI RELIABILITAS	112
LAMPIRAN 5 HASIL UJI REGRESI	114
LAMPIRAN 6 DATA PENDUKUNG.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Data Pendapatan Parfum di Indonesia dari 2018 hingga 2028.....	15
Gambar 1. 2. Data Penjualan Merek Parfum Fragrance World di <i>Platform E-Commerce</i> Shopee dan Tokopedia.....	16
Gambar 1. 3. Data ulasan pelanggan pada <i>platform E-commerce</i> Shopee	18
Gambar 1. 4. Kanal Youtube & Tiktok Influencer Indofragz	20
Gambar 1. 5. Ulasan positif & negatif konsumen mengenai produk Fragrance World	21
Gambar 2. 1. Rerangka Pemikiran.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Penjualan Merek Parfum Fragrance World di Platform E-Commerce Shopee dan Tokopedia	17
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1. Waktu Penelitian	44
Tabel 3. 2. Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3. 3. Skala Likert.....	50
Tabel 3. 4. Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden	51
Tabel 3. 5. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 3. 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4. 4. Penilaian Variabel Harga	61
Tabel 4. 5. Penilaian Variabel Influencer Marketing	62
Tabel 4. 6. Penilaian Variabel Electronic Word of Mouth	63
Tabel 4. 7. Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4. 8. Hasil Regresi Berganda	66
Tabel 4. 9. Hasil Uji F ANOVA.....	67
Tabel 4. 10. Uji Determinasi.....	70