

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoritis	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Pemasaran	18
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.1.5 <i>Live Streaming</i>	29
2.1.6 <i>Brand Image</i>	33
2.1.7 <i>Purchase Intention</i>	35
2.2 Landasan Empiris	38
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	71
2.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	71
2.3.2 Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	72
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	73
2.4 Kerangka Pemikiran	74
2.5 Hipotesis	75
2.6 Model Hipotesis.....	76

2.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	76
2.7.1 Definisi Konsep	76
2.7.2 Definisi Operasional	77
BAB III METODE PENELITIAN	82
3.1 Tipe Penelitian	82
3.2 Ruang Penelitian	82
3.3 Lokasi Penelitian	82
3.4 Populasi dan Sampel.....	82
3.4.1 Populasi.....	82
3.4.2 Sampel	83
3.5 Teknik Sampling	83
3.6 Sumber Data	84
3.7 Teknik Pengumpulan Data	84
3.8 Skala Pengukuran Data.....	84
3.9 Uji Instrumen Penelitian	85
3.9.1 Uji Validitas	85
3.9.2 Uji Reliabilitas	86
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	86
3.10.1 Uji Normalitas.....	86
3.10.2 Uji Multikolonieritas.....	87
3.10.3 Uji Heteroskedastitas.....	87
3.11 Teknik Analisis Data	88
3.11.1 Analisis Statistik Deskriptif	88
3.11.2 Analisis Statistik Inferensial	88
3.12 Uji Hipotesis	89
3.12.1 Uji Parsial (t test)	89
3.12.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
3.12.3 Uji Simultan (F Test)	90
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN	91
4.1 Sejarah Perusahaan	91
4.2 Bidang Usaha Perusahaan.....	92
4.2.1 Bidang Kecantikan.....	92

4.2.2 Bidang Pemasaran.....	92
4.3 Visi dan Misi Dear Me Beauty	93
4.3.1 Visi	93
4.3.2 Misi	93
4.4 Aspek Relevan Lainnya	93
4.4.1 <i>Electronic Word of Mouth</i> pada Dear Me Beauty di Shopee	93
4.4.2 <i>Live Streaming</i> pada Dear Me Beauty di Shopee	94
4.3.3 <i>Brand Image</i> pada Dear Me Beauty di Shopee.....	95
BAB V HASIL PENELITIAN.....	97
5.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	97
5.1.1 Hasil Uji Validitas	97
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	99
5.2 Karakteristik Responden.....	100
5.2.1 Berdasarkan Domisili	100
5.2.2 Berdasarkan Usia	101
5.2.4 Berdasarkan Pekerjaan.....	102
5.2.5 Berdasarkan Pendapatan	103
5.2.6 Berdasarkan yang belum pernah membeli <i>lip tint</i> Dear Me Beauty di Shopee	103
5.2.7 Berdasarkan yang pernah melihat review, komentar atau testimoni pelanggan tentang produk <i>lip tint</i> Dear Me Beauty di Shopee	104
5.2.8 Berdasarkan yang pernah menonton <i>Live Streaming lip tint</i> Dear Me Beauty di Shopee	105
5.3 Analisis Statistik Deskriptif	106
5.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	106
5.3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .	107
5.3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Live Streaming</i>	116
5.3.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	127
5.3.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	133
5.4 Hasil Statistik Inferensial.....	138
5.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	138
5.4.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	141
5.4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	143

BAB VI PEMBAHASAN.....	148
6.1 Kontribusi Teoritis	148
6.2 Kontribusi Empiris.....	149
6.3 Kontribusi Manajerial	151
6.4 Keterbatasan Penelitian	152
BAB VII PENUTUP	148
7.1 Kesimpulan	148
7.2 Saran	155
7.2.1 Bagi Perusahaan.....	155
7.2.2 Bagi Akademisi.....	157
DAFTAR PUSTAKA.....	158
LAMPIRAN.....	158