DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN iii

MOTTO iv

PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xvii

ABSTRAK xviii

ABSTRACT xix

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Teoritis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 11
1.5 Kerangka Teori 12
1.5.1 Teori *Uses and Effects* 12
1.6 Hipotesis 14
1.7 Kerangka Pemikiran 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 16
2.1 Konsep yang Relevan 16
2.1.1 Terpaan Konten 16

2.1.2 Media Sosial *TikTok* 18
2.1.3 Konten *Make Up Personal Color Analysis* 19
2.1.4 *Customer Experience* 21
2.1.5 Minat Beli 24
2.1.6 *Brand* Wardah 25
2.1.7 Generasi Z 27
2.2 Penelitian Terdahulu 29

BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Jenis Penelitian 41
3.2 Variabel 43
3.3 Populasi dan Sampel 44
3.3.1 Populasi 44
3.3.2 Sampel 45
3.4 Teknik Pengambilan Sampel 47
3.5 Definisi Konseptual 48
3.5.1 Variabel X1: Terpaan konten make up Personal Color Analysis di *TikTok* 48
3.5.2 Variabel X2: *Customer Experience* 49
3.5.3 Variabel Y: Minat Beli produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pada Generasi Z 49
3.6 Definisi Operasional 50
3.7 Indikator 56
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas 66
3.8.1 Validitas 66
3.8.2 Realiabilitas 70
3.9 Teknik Analisis Data 71
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif 71
3.9.2 Analisis Statistik Inferensial 71

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 79
4.1 Teknik Analisis Data 79
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 79
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Generasi Z 80
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Usia 80
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Aktif Menggunakan *TikTok* 82
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pernah Melihat atau Menonton Konten *Make Up Personal Color Analysis* di *TikTok* 82

4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Pernah Mengunjungi *Counter Offline* Wardah Setelah Terpapar Konten 83
4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Mengetahui Produk Wardah *Glasting Liquid Lip* 85
4.2 Hasil Penelitian 86
4.2.1 Deskripsi Variabel Terpaan Konten *Make Up Personal Color Analysis* di *TikTok* 86
4.2.2 Deskripsi Variabel *Customer Experience* 99
4.2.3 Deskripsi Variabel Minat Beli Produk Wardah *Glasting Liquid Lip* 118
4.3 Uji Asumsi Klasik 134
4.3.1 Uji Normalitas 134
4.3.2 Uji Multikolinearitaas 135
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas 137
4.4 Uji Spearman 139
4.5 Uji Determinasi Spearman 140
4.5.1 Variabel Terpaan Konten *Make Up Personal Color Analysis* di *TikTok* (X1) 140
4.5.2 *Customer Experience* (X2) 141
4.6 Uji Hipotesis 142
4.6.1 Analisis Korelasi Spearman Rank 142
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian 144
4.7.1 Ketidaknormalan Data Penelitian 144
4.7.2 Pengaruh Terpaan Konten *Make Up Personal Color Analysis* di *TikTok* terhadap Minat Beli Produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pada Generasi Z 145
4.7.3 Pengaruh *Customer Experience* terhadap Minat Beli Produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pada Generasi Z 148

BAB V PENUTUP 152
5.1 Kesimpulan 152
5.2 Saran 154
5.3 Keterbatasan Penelitian 156

DAFTAR PUSTAKA 158

DAFTAR LAMPIRAN 163