

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Tabel	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Secara Akademis	8
1.6.2 Secara Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Sales Promotion	11
2.1.3 Electronic Word of Mouth.....	13
2.1.4 Media Sosial	15
2.1.5 TikTok	16
2.1.6 Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Hipotesis	23
2.4 Kerangka Konsep	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.1.1 Tempat Penelitian	26

3.1.2	Waktu Penelitian.....	26
3.2	Pendekatan Penelitian.....	26
3.3	Metode Penelitian.....	26
3.4	Variabel dan Definisi Oprasional Variabel	27
3.4.1	Variabel.....	27
3.4.2	Definisi Oprasional Variabel	28
3.5	Populasi dan Sample.....	31
3.5.1	Populasi Penelitian.....	31
3.5.2	Sampling	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data	33
3.7	Pengukuran Variabel Penelitian	34
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.9	Uji Validitas dan Reabilitas.....	36
3.9.1	Uji Validitas.....	36
3.9.2	Uji Reabilitas	40
3.10	Uji Asumsi Klasik	42
3.10.1	Uji Normalitas.....	42
3.10.2	Uji Multikolinearitas	43
3.10.3	Uji Heteroskedatitas	43
3.11	Uji Hipotesis.....	43
3.11.1	Uji t.....	44
3.11.2	Uji F	44
3.11.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1.	Gambaran Singkat Mengenai Skintific	47
4.1.2.	Produk Skintific	48
4.1.3.	Media Sosial Tiktok Skintific	49
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1.	Identitas Responden	49

4.2.2.	Pernyataan Variabel X	51
4.1.2.1.	Variabel X1 (Sales Promotion).....	51
4.1.2.2.	Variabel X2 Electronic Word Of Mouth (E-Wom).....	63
4.2.3.	Pernyataan Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....	72
4.2.4.	Rekapitulasi Variabel X1, X2 dan, Y.....	87
4.2.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	90
4.2.5.1.	Uji Normalitas.....	91
4.2.5.2.	Uji Multikolinearitas.....	93
4.2.5.3.	Uji Heteroskedastisitas	94
4.2.6.	Hasil Uji Hipotesis	96
4.2.6.1.	Hasil Uji t (Parsial)	97
4.2.6.2.	Hasil Uji F (Simultan).....	99
4.2.6.3.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	100
4.2.7.	Hasil Uji Analisis Lininer Berganda	101
4.3	Pembahasan Penelitian	104
4.3.1.	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian Skintific	104
4.3.2.	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skintific	107
4.3.3.	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Skintific	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		112
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN.....		117