

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Perbandingan <i>Followers</i> dari 4 <i>Brand Skincare</i> Yang Sama .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel Sales Promotion .....	29
Tabel 3.229 Definisi Oprasional Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	30
Tabel 3.3 Definisi Oprasional Variabel Keputusan Pembelian .....	31
Tabel 3.4 Scoring Untuk Jawaban Quesioner.....	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1.....	37
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X2.....	38
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y .....	39
Tabel 3.7 Uji Realibilitas Variabel XI Reliability Statistics .....	41
Tabel 3.7 Uji Realibilitas Variabel X2 Reliability Statistics .....	41
Tabel 3.8 Uji Realibilitas Variabel Y Reliability Statistics .....	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Sebelum berbelanja produk Skintific, responden cenderung melihat penawaran produk baru yang ada.....	51
Tabel 4.4 Responden membandingkan penawaran produk baru antara brand Skintific dengan brand lainnya .....	52
Tabel 4.5 <i>Tester</i> yang diberikan Skintific membuat responden tertarik untuk membeli produk besarnya. ....	52
Tabel 4.6 Skintific memberikan promo berbentuk voucher kepada konsumen. ....	53
Tabel 4.7 Responden membeli produk Skintific ketika mendapat kode promo di Tiktok .....	54
Tabel 4.8 Potongan harga yang diberikan membuat responden ingin membeli kembali produk Skintific. ....	54
Tabel 4.9 Skintific sesuai dengan kebutuhan responden, maka reponden melakukan pembelian kembali. ....	55
Tabel 4.10 Skintific selalu memberikan informasi mengenai promosi potongan harga. ....	56
Tabel 4.11 Video promosi potongan harga Skintific sering ditayangkan di tiktok. ....	56
Tabel 4.12 Skintific sering memberikan potongan harga dengan batas waktu tertentu. ....	57
Tabel 4.13 Skintific sering melakukan “ <i>Flash Sale</i> ” .....	57
Tabel 4.14 Responden cenderung membandingkan potongan harga suatu produk.....	58
Tabel 4.15 Besarnya potongan harga yang diberikan Skintific mempengaruhi minat beli responden.....	59

Tabel 4.16 Skintific menyediakan pilihan produk paketan ekonomis. ....	59
Tabel 4.17 Harga produk berpaket Skintific lebih murah dibanding harga satuan. ....	60
Tabel 4.1861 Saat membeli produk Skintific responden lebih memilih produk per-paket. ....	61
Tabel 4.1961 Skintific sering memberikan paket harga dari produk yang di tawarkan. ....	61
Tabel 4.20 Skintific sering memberikan hadiah jika membeli hingga di jumlah tertentu. ....	62
Tabel 4.21 Skintific beberapa kali memberikan hadiah di event tertentu. ....	63
Tabel 4.22 Skintific secara rutin meng-upload postingan mengenai produknya di Tiktok. ....	63
Tabel 4.23 Melalui tiktok responden terbantu untuk mengetahui informasi mengenai produk Skintific. ....	64
Tabel 4.24 Sebelum membeli sebuah produk responden melihat seberapa banyak ulasan yang dilakukan pelanggan sebelumnya. ....	65
Tabel 4.25 Jumlah review pelanggan tentang Skintific banyak ditemukan di Tiktok. ....	65
Tabel 4.26 Melihat banyaknya ulasan yang ada di Tiktok membuat responden tertarik untuk mencoba Skintific. ....	66
Tabel 4.27 Komentar positif/negatif sangat mempengaruhi responden dalam keputusan pembelian. ....	67
Tabel 4.28 Semakin banyak review positif membuat responden semakin yakin untuk membeli produk tersebut. ....	67
Tabel 4.29 Informasi mengenai produk yang dimiliki skintific cukup lengkap dan jelas. ....	68
Tabel 4.30 Informasi yang diberikan mengenai produk skintific terdapat di banyak media sosial. ....	69
Tabel 4.31 Melalui akun Tiktok Skintific responden mengetahui informasi mengenai kualitas produknya. ....	69
Tabel 4.32 Melalui review konten yang ada di Tiktok Skintific responden mengetahui kualitas produknya. ....	70
Tabel 4.33 Skintific menaruh informasi harga di setiap konten media sosial Tiktok. ....	71
Tabel 4.34 Responden mengetahui informasi mengenai harga dengan mencari sendiri di internet. ....	71
Tabel 4.35 Skintific merupakan produk asal kanada yang fokus pada komposisi <i>ceramide</i> . ....	72
Tabel 4.36 Produk skintific mempunyai <i>visual packaging</i> menarik. ....	73
Tabel 4.37 Responden membandingkan produk Skintific dengan beberapa produk yang sejenis. ....	73
Tabel 4.38 Harga yang diberikan oleh Skintific sebanding dengan kualitas produknya. ....	74
Tabel 4.39 Skintific memiliki ciri khas sebagai <i>skincare</i> untuk mengatasi <i>skin barrier</i> yang rusak. ....	74

Tabel 4.40 Dibandingkan brand skincare lain, Skintific lebih sering melakukan promosi harga. ....	75
Tabel 4.41 Responden memilih Skintific karena termaksud brand terpercaya. ....	77
Tabel 4.42 Responden memilih Skintific karena merupakan produk yang banyak digunakan.....	77
Tabel 4.43 Produk skintific memiliki banyak store online memudahkan kosumen untuk berbelanja.....	78
Tabel 4.44 Produk Skintific mudah ditemukan di E-commerce manapun.....	78
Tabel 4.45 Harga yang lebih terjangkau menjadi pilihan utama responden saat ingin membeli sesuatu.....	79
Tabel 4.46 Skintific memiliki banyak produk di online store dengan harga yang terjangkau. ....	80
Tabel 4.47 Skintific memiliki persediaan produk yang banyak dan lengkap.....	80
Tabel 4.48 Skintific memiliki variasi skincare yang lengkap sehingga responden hanya perlu membeli di satu tempat. ....	81
Tabel 4.49 Responden secara rutin setiap bulannya membeli Skintific sebagai skincare sehari hari.....	81
Tabel 4.50 Responden kembali membeli produk skintific ketika produk nya sudah habis.....	82
Tabel 4.51 Responden sering membeli lebih dari satu produk. ....	83
Tabel 4.52 Responden lebih suka membeli produk sekaligus untuk <i>stock</i> . ....	83
Tabel 4.53 Responden lebih suka membeli berbagai jenis produk <i>skincare</i> dalam satu <i>brand</i> .....	84
Tabel 4.54 Saat membeli produk Skintific, responden selalu melakukan pembelian lebih dari satu jenis produk. ....	84
Tabel 4.55 Skintific menyediakan transaksi secara non-tunai ataupun tunai (COD) di online storenya. ....	85
Tabel 4.56 Skintific memberikan banyak pilihan media pembayaran saat membeli produknya. ....	86
Tabel 4.57 Sebelum membeli suatu produk responden melihat kemudahan dalam melakukan pembayaran.....	86
Tabel 4.58 Pembayaran saat berbelanja produk Skintific cukup mudah.....	87
Tabel 4.59 Rekapitulasi Variabel X1 ( <i>Sales Promotion</i> ).....	87
Tabel 4.60 Rekapitulasi Variabel X2 ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ) ....	89
Tabel 4.61 Rekapitulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian) ....	89
Tabel 4.62 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogoroc-Smirnov Test.....	93
Tabel 4.63 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94

Tabel 4.64 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	96
Tabel 4.65 Hasil Uji t.....	97
Tabel 4.66 Hasil Uji F.....	99
Tabel 4.67 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	100
Tabel 4.68 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	101