

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	9
C. PEMBATASAN MASALAH.....	10
D. PERUMUSAN MASALAH.....	10
E. TUJUAN PENELITIAN.....	11
BAB II: KAJIAN TEORETIK.....	12
A. DESKRIPSI KONSEPTUAL.....	12
1. Variabel Terikat (Y) Keputusan Pembelian.....	12
2. Variabel Bebas (X1) Media Promosi.....	18
3. Variabel Bebas (X2) Persepsi Harga.....	21
4. <i>Beauty Blogger</i>	25
5. Media Promosi <i>Beauty blogger</i>	28
B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN.....	29
C. KERANGKA TEORETIK.....	35
D. MODEL PENELITIAN.....	38
E. HIPOTESIS PENELITIAN.....	39
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	40
A. TUJUAN PENELITIAN.....	40
B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	40

C. METODE PENELITIAN.....	40
D. POPULASI DAN SAMPLING.....	41
1. Populasi.....	41
2. Sample.....	41
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	43
1. Studi Pustaka.....	43
2. Metode Kuesioner.....	43
F. TEKNIK ANALISIS DATA.....	44
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	54
B. Pengujian Hipotesis.....	63
C. Pembahasan.....	67
BAB V: KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	
A. Kesimpulan.....	70
B. Implikasi.....	71
C. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
I.1.	Data Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia.....	2
I.2.	Data Penjualan Industri Kosmetik.....	3
II.3.	Lima Tahap Proses Keputusan pembelian.....	14
II.4.	Komponen Dasar Tahap Evaluasi Alternatif.....	16
II.5.	Tahap-tahap Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	17
II.6.	Model Penelitian.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
I.1.	10 <i>Beauty Blogger</i> Terpopuler Indonesia Berdasarkan Banyaknya Pengikut di Mediasosial Youtube.....	6
I.2.	10 <i>Beauty Blogger</i> Terpopuler Indonesia Berdasarkan Banyaknya Pengikut di Mediasosial Instagram.....	7
III.3.	Operasionalisasi Variabel.....	45
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria.....	55
IV.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan	56
IV.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	57
IV.7	Uji Validitas Perbandingan R Hitung dengan R Tabel.....	58
IV.8.	Uji Reliabilitas.....	59
IV.9.	Uji Linieritas.....	61
IV.10.	Uji Normalitas.....	61
IV.11.	Uji Multikolinieritas.....	62
IV.12.	Uji Heteroskedastisitas.....	63