

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ASBTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Sistemastika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN LITERATUR.....	12
2.1 Stimulus-Organism-Response (SOR) Theory.....	12
2.2 Theory of Planned Behaviour.....	13

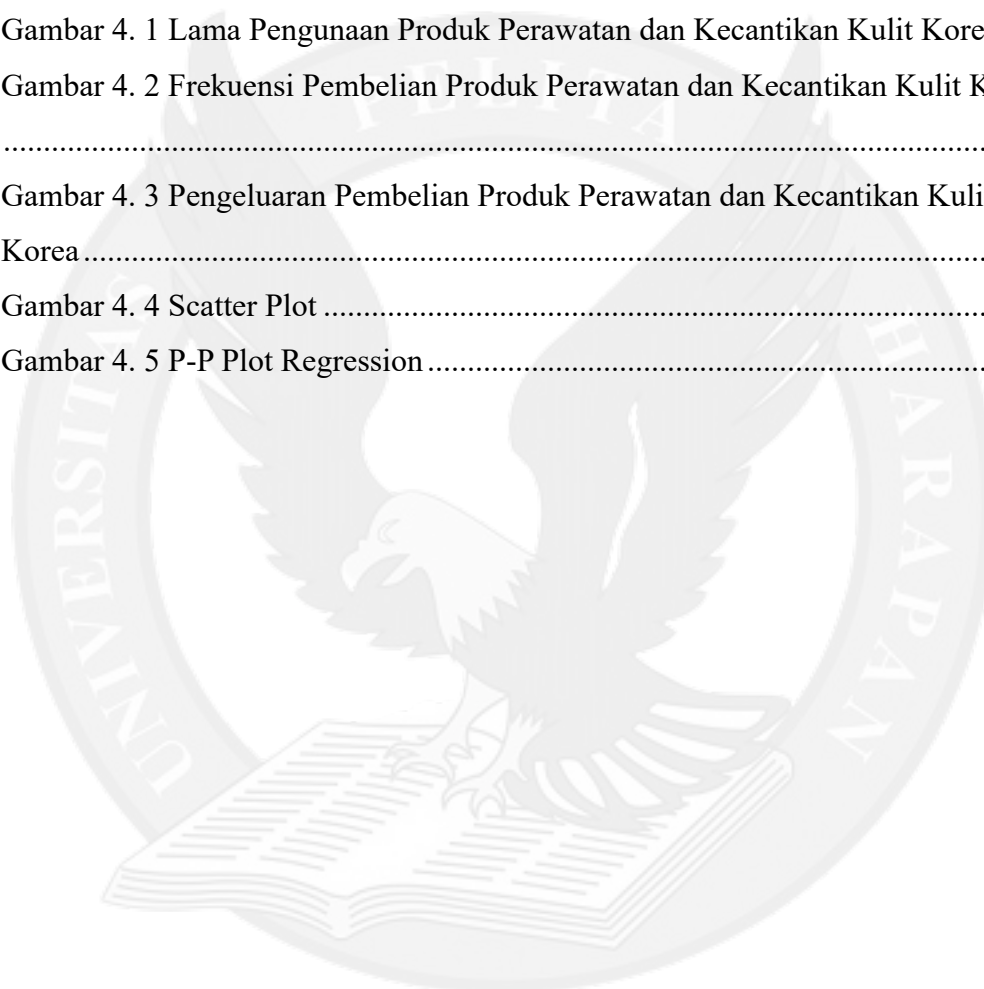
2.3 Product Characteristic .....	15
2.4 Perceived Price .....	17
2.5 Place of Sales .....	18
2.6 Advertisement-Promotion .....	20
2.7 Trademark .....	22
2.8 Psychological of Shoppers .....	24
2.8 Income .....	25
2.9 Decisions to Buy .....	27
2.10 Pengaruh antar Variabel .....	27
2.10.1 Pengaruh antara variable product characteristic terhadap decisions to buy.....	27
2.10.2 Pengaruh antara variable Perceived Price terhadap decisions to buy	28
2.10.3 Pengaruh antara variable place of sales terhadap decisions to buy....	29
2.10.4 Pengaruh antara variable advertisement-promotion terhadap decisions to buy.....	31
2.10.5 Pengaruh antara variable trademark terhadap decisions to buy. ....	32
2.10.6 Pengaruh antara variable psychological of shoppers terhadap decisions to buy.....	32
2.10.7 Pengaruh antara variable income terhadap decisions to buy .....	33
2.11 Model Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Desain Penelitian.....	36
3.3 Objek Penelitian .....	36
3.4 Subjek Penelitian.....	37
3.5 Unit Analisis.....	37

3.6 Jenis Penelitian.....	38
3.7 Pengukuran Variabel .....	38
3.8 Definisi Konseptual dan Operasional.....	39
3.9 Populasi dan Ukuran Sampel .....	45
3.9.1 Populasi .....	45
3.9.2 Sampel.....	46
3.10 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.11 Metode Analisis Data .....	48
3.11.1 Regresi Linear Berganda .....	49
3.11.2 Uji Validitas .....	50
3.11.3 Uji Reliabilitas.....	50
3.11.4 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.11.5 Uji t.....	52
3.11.6 Uji F.....	53
3.11.7 Uji R-Squared.....	53
3.11.8 Hasil Pre-Test .....	53
BAB IV .....	58
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Profil Responden.....	58
4.1.1 Jenis Kelamin.....	58
4.1.2 Usia .....	59
4.1.3 Pekerjaan .....	59
4.1.4 Domisili.....	60
4.1.5 Pendapatan .....	61
4.2 Profil Perilaku Responden.....	62
4.3 Analisis Deskriptif.....	64
4.3.1 Analisis Deskriptif Product Characteristic .....	64
4.3.2 Analisis Deskriptif Perceived Price.....	65
4.3.3 Analisis Deskriptif Place of Sales .....	67

4.3.4 Analisis Deskriptif Advertisement-Promotion .....	68
4.3.5 Analisis Deskriptif Trademark .....	70
4.3.6 Analisis Deskriptif Psychological of Shoppers .....	71
4.3.7 Analisis Deskriptif Income.....	73
4.3.8 Analisis Deskriptif Decisions to Buy .....	74
4.4 Statistik Inferensial.....	75
4.4.1 Uji Validitas.....	75
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	77
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.4.4 Uji F .....	82
4.4.5 Uji t.....	82
4.4.6 Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	85
4.5 Hasil Uji Hipotesis dan Diskusi .....	87
4.5.1 Pengaruh Product Characteristic terhadap Decisions to Buy.....	87
4.5.2 Pengaruh Perceived Price terhadap Decisions to Buy .....	88
4.5.3 Pengaruh Place of Sales terhadap Decisions to Buy.....	89
4.5.4 Pengaruh Advertisement-Promotion terhadap Decisions to Buy.....	90
4.5.5 Pengaruh Trademark terhadap Decisions to Buy .....	91
4.5.6 Pengaruh Psychological of Shoppers terhadap Decisions to Buy.....	93
4.5.7 Pengaruh Income terhadap Decisions to Buy .....	94
BAB V .....	96
KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Implikasi Manajerial .....	97
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	103
5.4 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Produk Skincare yang Paling Diingat oleh Penggemar Korea (Juni 2022) .....	2
Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Pengguna Skincare Korea Selatan di Asia (2020).....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	34
Gambar 4. 1 Lama Penggunaan Produk Perawatan dan Kecantikan Kulit Korea..	62
Gambar 4. 2 Frekuensi Pembelian Produk Perawatan dan Kecantikan Kulit Korea .....	63
Gambar 4. 3 Pengeluaran Pembelian Produk Perawatan dan Kecantikan Kulit Korea .....	63
Gambar 4. 4 Scatter Plot .....	78
Gambar 4. 5 P-P Plot Regression .....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Deifini Operasional.....	40
Tabel 3. 2 Uji Validitas Pretest.....	54
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Pretest.....	56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	59
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	59
Tabel 4. 4 Domisili Responden .....	60
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden.....	61
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Product Characteristic .....	64
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Perceived Price .....	65
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Place of Sales .....	67
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Advertisement-Promotion .....	68
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Trademark .....	70
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Psychological of Shoppers.....	71
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Income.....	73
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Decisions to Buy .....	74
Tabel 4. 14 Uji Validitas.....	76
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4. 16 Uji Heteroskedasikitas .....	78
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas .....	79
Tabel 4. 18 Uji Normalitas.....	80
Tabel 4. 19 Uji Linearitas.....	81
Tabel 4. 20 Uji F .....	82
Tabel 4. 21 Uji t .....	82
Tabel 4. 22 Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	86