

DAFTAR ISI

	halaman
SKRIPSI.....	i
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kerangka Konseptual.....	12
2.1.1 Promosi.....	12
2.1.2 Media Sosial Tiktok.....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18

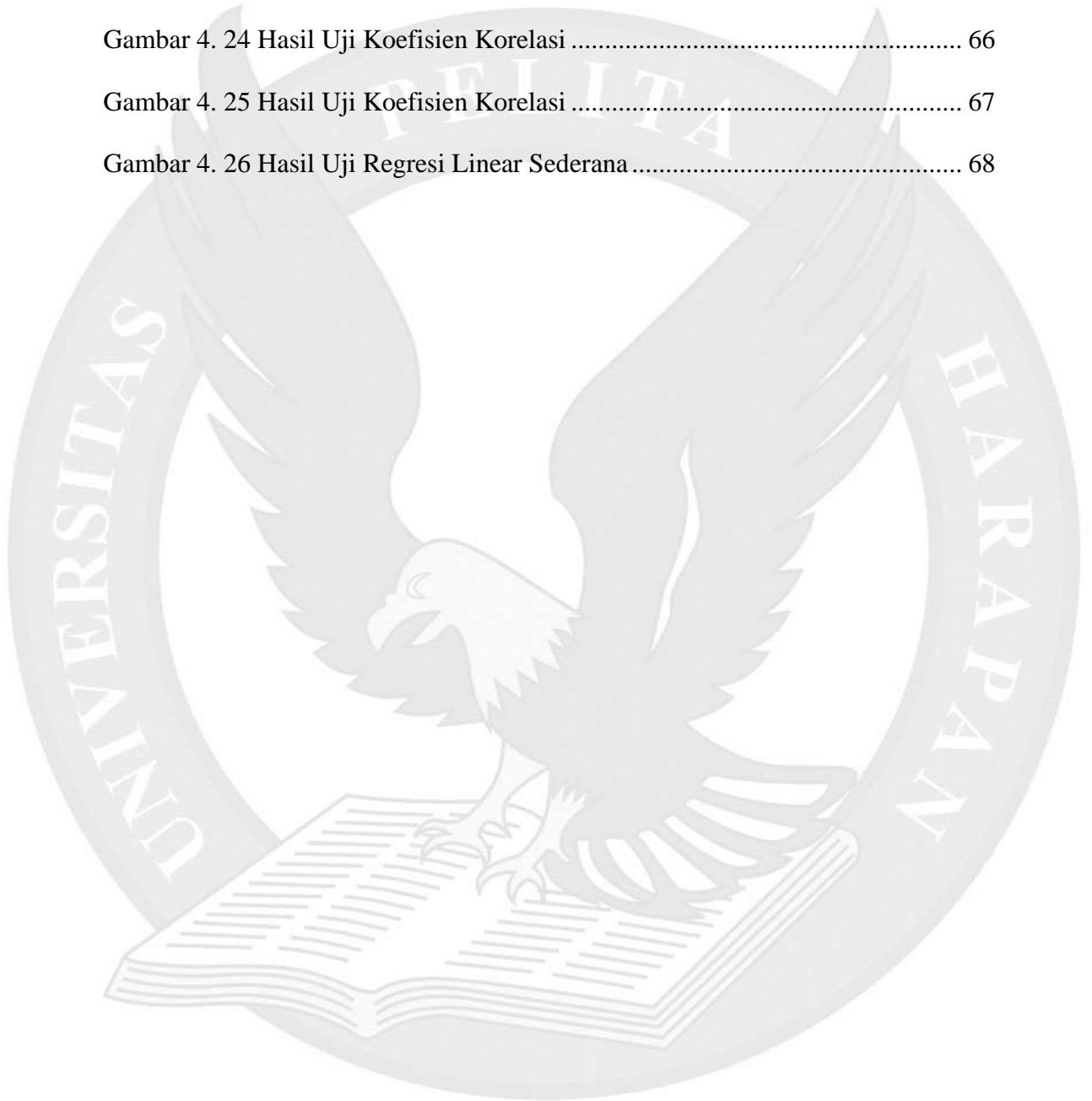
2.2 Kerangka Teoritis	21
2.2.1 Bauran Pemasaran	21
2.2.2 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Populasi & Sampel Penelitian	24
3.2.1 Populasi Penelitian	24
3.2.2 Sampel penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Operasional Variabel	26
3.4.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	26
3.4.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)	27
3.5 Uji Instrumen.....	32
3.5.1 Uji Validitas.....	33
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.6 Teknik Analisa Data	34
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.2 Uji Regresi Linear Sederhana.....	37
3.6.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Produk Skincare Skintific.....	39
4.1.2 Deskripsi Responden	40

4.2 Penyajian Data.....	40
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.4 Uji Hipotesis (Uji T).....	66
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	67
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....	80
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	83

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Diagram pernyataan Frekuensi.....	42
Gambar 4. 2 Diagram Kualitas Promosi Pernyataan 1	43
Gambar 4. 3 Diagram kualitas promosi pernyataan 2.....	43
Gambar 4. 4 Diagram Kuantitas promosi pernyataan 1	44
Gambar 4. 5 Diagram kuantitas promosi pernyataan 2.....	45
Gambar 4. 6 Diagram waktu promosi pernyataan 1	46
Gambar 4. 7 Diagram waktu promosi pernyataan 2	46
Gambar 4. 8 Diagram ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi pernyataan 1 .	47
Gambar 4. 9 Diagram ketepatan atau kesesuaian sasaran produk pernyataan 2...	48
Gambar 4. 10 Diagram pengenalan kebutuhan pernyataan 1	50
Gambar 4. 11 Diagram pengenalan kebutuhan pernyataan 2	51
Gambar 4. 12 Diagram <i>Information Search</i> pernyataan 1	52
Gambar 4. 13 Diagram <i>Information Search</i> pernyataan 2	52
Gambar 4. 14 Diagram Evaluasi Produk pernyataan 1	53
Gambar 4. 15 Diagram Evauasi Alternatif pernyataan 2	54
Gambar 4. 16 Diagram Keputusan Pembelian pernyataan 1	55
Gambar 4. 17 Diagram Keputusan pembelian pernyataan 2.....	56
Gambar 4. 18 Diagram Keputusan pembelian pernyataan 3.....	56
Gambar 4. 19 Diagram perilaku setelah pembelian pernyataan 1	57
Gambar 4. 20 Diagram perilaku setelah pembelian pernyataan 2	58

Gambar 4. 21 Hasil Uji Normalitas.....	63
Gambar 4. 22 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Gambar 4. 23 Hasil Uji Linearitas	65
Gambar 4. 24 Hasil Uji Koefisien Korelasi	66
Gambar 4. 25 Hasil Uji Koefisien Korelasi	67
Gambar 4. 26 Hasil Uji Regresi Linear Sederana	68



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. 1 Tabel penelitian terdahulu.....	7
Tabel 2. 1 Hasil kelayakan media promosi oleh ahli media promosi	17
Tabel 3. 1 Skor Peringkat.....	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasionalisasi variabel	27
Tabel 3. 3 Tabel Interval Koefisien Korelasi	36
Tabel 4. 1 Tabulasi Variabel Promosi di Media Sosial Tiktok.....	49
Tabel 4. 2 Tabel pernyataan variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Promosi di Media Sosial Tiktok	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....	80
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	83

