

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka	9
1. Kosmetik.....	9
2. Bibir	13
3. Kosmetik Bibir	14
4. Pemasaran Media Sosial	17
5. Kesadaran Merek	20
6. Keputusan Pembelian.....	24
F. Landasan Teori.....	28
G. Kerangka Konsep Penelitian	30
H. Hipotesis Penelitian	31
BAB II METODE PENELITIAN.....	32

A.	Rancangan Penelitian	32
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
C.	Alat dan Bahan Penelitian	33
	1. Alat Penelitian.....	33
	2. Bahan Penelitian	33
D.	Variabel Penelitian	33
	1. Variabel Independen	33
	2. Variabel Mediasi/ <i>Intervening</i>	34
	3. Variabel Dependen.....	34
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
F.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
	1. Populasi Penelitian	36
	2. Sampel Penelitian.....	36
	3. Teknik Pengumpulan Sampel	37
	4. Penentuan Jumlah Sampel.....	37
G.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	38
	1. Data	38
	2. Teknik Pengumpulan Data.....	39
H.	Instrumen Penelitian.....	39
	1. Pengembangan Instrumen	39
	2. Instrumen Penelitian.....	40
	3. Analisis Validitas	41
	4. Analisis Reliabilitas	50
I.	Analisis Data	51
	1. Analisis Deskriptif	51
	2. Analisis Regresi	53
	3. Uji Hipotesis	55
J.	Etika Penelitian.....	59
K.	Prosedur Jalannya Penelitian	60
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		62
A.	Karakteristik Sociodemografi Responden	62
B.	Pengetahuan dan Riwayat Pembelian Kosmetik Bibir	65

1. Platform media sosial yang digunakan	66
2. Merek produk kosmetik bibir yang dibeli	68
3. Tempat pembelian produk kosmetik bibir	69
4. Rerata nominal belanja produk kosmetik bibir per transaksi	70
C. Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel	72
1. Analisis rata-rata variabel pemasaran pada media sosial	72
2. Analisis rata-rata variabel kesadaran merek.....	74
3. Analisis rata-rata variabel keputusan pembelian.....	76
D. Analisis Regresi.....	77
1. Analisis regresi linier sederhana	77
2. Analisis jalur	81
E. Uji Hipotesis.....	86
1. Uji t	86
2. Uji Sobel	93
3. Uji F	97
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	99
F. Keterbatasan Penelitian	104
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Bibir Manusia.....	13
Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian	30

DAFTAR TABEL

Tabel I. Definisi Operasional Variabel	35
Tabel II. Skor Skala Likert.....	40
Tabel III. Karakteristik Sosisodemografi	43
Tabel IV. Pengetahuan dan Riwayat Pembelian Kosmetik Bibir	44
Tabel V. Variabel Pemasaran pada Media Sosial	45
Tabel VI. Variabel Kesadaran Merek	46
Tabel VII. Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel VIII. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel IX. Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Pada Media Sosial.....	48
Tabel X. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek.....	49
Tabel XI. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel XII. Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel XIII. Keterangan Jawaban Responden.....	52
Tabel XIV. Karakteristik Sosisodemografi Responden.....	62
Tabel XVI. Platform Pencarian Rekomendasi Produk Kosmetik Bibir.....	66
Tabel XVII. Merek Produk Kosmetik Bibir yang Digunakan	68
Tabel XVIII. Tempat Pembelian Produk Kosmetik Bibir	69
Tabel XIX. Frekuensi Nominal Pembelian Produk Kosmetik Bibir.....	71
Tabel XX. Nilai Rata-Rata Variabel Pemasaran pada Media Sosial	72
Tabel XXI. Nilai Rata-Rata Variabel Kesadaran Merek	74
Tabel XXII. Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel XXIII. Hasil Uji Regresi Linier Model Persamaan I	78
Tabel XXIV. Hasil Uji Regresi Linier Model Persamaan II.....	79
Tabel XXV. Hasil Uji Regresi Linier Model Persamaan.....	80
Tabel XXVI. Hasil Uji Analisis Jalur Persamaan I.....	82
Tabel XXVII. Hasil Uji Analisis Jalur Persamaan II.....	82
Tabel XXVIII. Hasil Uji Analisis Jalur Persamaan III	83
Tabel XXIX. Hasil Uji T Model Persamaan I	87
Tabel XXX. Hasil Uji T Model Persamaan II.....	89
Tabel XXXI. Hasil Uji T Model Persamaan III.....	91
Tabel XXXII. Perhitungan Untuk Uji Sobel.....	94
Tabel XXXIII. Hasil Uji F	98
Tabel XXXIV. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) ($X \rightarrow Y$)	99
Tabel XXXV. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) ($X \rightarrow Z$)	101
Tabel XXXVI. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) ($Y \rightarrow Z$).....	102
Tabel XXXVII. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) ($X \rightarrow Y \rightarrow Z$).....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar <i>Ethical Clearance</i>	114
Lampiran 2. Lembar <i>Informed Consent</i>	115
Lampiran 3. Lembar Kuesioner	117
Lampiran 4. Hasil Korelasi Pearson.....	125
Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif	128
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi	129