

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah	4
C. Tujuan penelitian	4
D. Manfaat penelitian	4
E. Kerangka Teori	5
1. <i>Word of Mouth</i> Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran	5
2. <i>Electronic Word of Mouth</i> pada Media Sosial.....	6
3. Youtube dan <i>Beauty Vlogger</i>	9
4. Keputusan Pembelian	11
5. Hubungan Antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian..	13
F. Kerangka Konsep.....	13
G. Definisi Operasional	15
H. Operasionalisasi konsep	17
I. Hipotesis Penelitian.....	20
J. Metodologi Penelitian	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Metode Penelitian.....	22
3. Subjek Penelitian.....	23
4. Populasi dan Sampel	23
5. Metode dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
6. Teknik Pengumpulan Data	25
7. Uji Validitas dan Reliabilitas	25
8. Teknik Penyajian Data.....	26
9. Teknik Analisis Data.....	26
10. <i>Timeline</i> Penelitian	28

BAB II E-WOM <i>BEAUTY VLOGGER</i> DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK DI INDONESIA	29
A. E-WoM <i>Beauty Vlogger</i> Indonesia	29
B. E-WoM <i>Beauty Vlogger</i> Dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik	34
C. Dinamika E-WoM <i>Beauty Vlogger</i> di Indonesia	38
BAB III <i>BEAUTY VLOGGER</i> SUHAY SALIM DAN SUBSCRIBERNYA	41
A. <i>Beauty Vlogger</i> Suhay Salim	41
B. <i>Subscriber</i> Saluran Youtube Suhay Salim	46
BAB IV PENGARUH E-WOM <i>BEAUTY VLOGGER</i> SUHAY SALIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK LOKAL	51
A. <i>Pilot test</i>	51
B. Deskripsi Responden	53
C. Analisis Mean Terhadap Pertanyaan Variabel Independen dan Dependen	62
D. Uji Asumsi Klasik	73
E. Analisis Korelasi (<i>Pearson Test</i>)	77
F. Uji Regresi	88
G. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif	95
H. Pengaruh e-WoM <i>Beauty Vlogger</i> Suhay Salim terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal	97
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN GRAFIK

GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep.....	14
Gambar 1.2 Desain Penelitian	20
Gambar 2.1 Video Ulasan Produk Kosmetik oleh <i>Beauty Vlogger</i> Indonesia.....	33
Gambar 2.2 Penegasan Kejujuran Ulasan <i>Beauty Vlogger</i> di Judul Video	39
Gambar 2.3 <i>Beauty Vlogger</i> Membahas Tentang Kejujuran Ulasan.....	40
Gambar 3.1 Konten Video Suhay Salim terbaru per 11 Maret 2019.....	43
Gambar 3.2 Video Ulasan dan Tutorial Kosmetik Wardah	44
Gambar 3.3 Video Ulasan Perbandingan Aloe Vera Gel.....	45
Gambar 3.4 Video Ulasan dan Praktek Perawatan Wajah	46
Gambar 3.5 Unggahan Akun Instagram Tersuhaylah.....	48

TABEL

Tabel 1.1 Operasionalisasi Konsep.....	17
Tabel 1.2 <i>Timeline</i> Penelitian	28
Tabel 4.1 Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X.....	52
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Y	53
Tabel 4.3 Analisis <i>Mean</i> Dimensi <i>Argument Quality</i>	64
Tabel 4.4 Analisis <i>Mean</i> Dimensi <i>Source Credibility</i>	65
Tabel 4.5 Analisis <i>Mean</i> Dimensi <i>Source Attractiveness</i>	67
Tabel 4.6 Analisis <i>Mean</i> Dimensi <i>Source Perception</i>	68
Tabel 4.7 Analisis <i>Mean</i> Dimensi <i>Source Style</i>	70
Tabel 4.8 Analisis <i>Mean</i> Variabel Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal	71
Tabel 4.9 Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	75
Tabel 4.10 Hasil Analisis Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.11 <i>Pearson Test</i> Variabel Independen dan Variabel Dependen	79
Tabel 4.12 <i>Pearson Test</i> Variabel Independen Dimensi 1 dan Variabel Dependen	80

Tabel 4.13 <i>Pearson Test</i> Variabel Independen Dimensi 2 dan Variabel Dependen	82
Tabel 4.14 <i>Pearson Test</i> Variabel Independen Dimensi 3 dan Variabel Dependen	83
Tabel 4.15 <i>Pearson Test</i> Variabel Independen Dimensi 4 dan Variabel Dependen	85
Tabel 4.16 <i>Pearson Test</i> Variabel Independen Dimensi 5 dan Variabel Dependen	86
Tabel 4.17 Model <i>Summary</i>	89
Tabel 4.18 Uji Regresi ANOVA	90
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	91
Tabel 4.20 Rekapitulasi Nilai Beta dan Koefisien Korelasi Masing- Masing Dimensi Variabel Independen	96

GRAFIK

Grafik 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Grafik 4.2 Usia Responden	55
Grafik 4.3 Pekerjaan Responden	57
Grafik 4.4 Pendapatan Perbulan Responden	58
Grafik 4.5 Media Untuk Mencari Informasi Seputar Kosmetik.....	59
Grafik 4.6 Frekuensi Mengakses Saluran Youtube Suhay Salim.....	60
Grafik 4.7 Durasi Mengunjungi Saluran Youtube Suhay Salim	61
Grafik 4.8 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	74