

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Objek Penelitian	5
F. Kerangka Teori	6
1. <i>Electronic Word of Mouth</i> pada <i>Online review</i>	7
2. <i>Teori S-O-R</i>	10
3. <i>Karakteristik Media Baru</i>	14
4. Brand image	16
G. Kerangka Konsep	19
H. Operasionalisasi Konsep	21
I. Definisi Operasional	22
J. Hipotesis	27
K. Metodologi Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	28
2. Metode Penelitian	28
3. populasi dan Sampel	29
4. Metode dan Teknik Pengambilan Sampel	30
5. Teknik Pengumpulan Data	30

6. Uji Validitas dan Reliabilitas	31
7. Teknik Analisis Data	32
8. <i>Timeline</i> Penelitian	33
BAB II KONSUMEN, UGC DAN REVIEW PRODUK	
A. Perkembangan Perilaku Konsumen	34
B. User Generated Content (UGC)	37
C. Review Produk	44
D. Penelitian Sebelumnya	46
BAB III PURBASARI DAN ONLINE REVIEW PURBASARI LIPSTICK COLOR MATTE	
A. Perkembangan <i>Brand</i> Kosmetik Purbasari	50
B. <i>Online review</i> Purbasari Lipstick Color Matte	56
Beauty Blogger : Aktualisasi UGC Aktif	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pemaparan Hasil Kuesioner	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
B. Deskripsi Responden	71
1. Umur	71
2. Pekerjaan	72
3. Pengeluarann Perbulan	74
4. Akses Internet	75
5. Akses Online review Produk	76
6. Jumlah Akses Konten Review	77
7. Media Akses Online Review	79
8. Motivasi Akses online review	81
9. Jenis Konten Berpengaruh	82
10. Kepemilikan Produk	84
11. Beauty Blogger Paling Berpengaruh	86
12. kepemilikan Purbasari Color Matte	87

C. Analisis <i>Mean</i> Terhadap Pertanyaan Variabel Independen, Variabel <i>Intervening</i> dan Variabel Dependen	88
1. Variabel Independen (X ₂)	89
2. Variabel <i>Intervening</i> (X ₁)	93
3. Variabel Dependen (Y)	98
D. Analisis <i>Pearson Test</i>	107
1. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen, Variabel Anteseden dan Variabel Dependen Secara Total	108
2. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen, Variabel Anteseden dan <i>Strength of Association</i> (Y ₁)	109
3. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen, Variabel Anteseden dan <i>Favorability of Brand Associations</i> (Y ₂)	110
5. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen, Variabel Anteseden dan <i>Uniqueness of Brand Associations</i> (Y ₃)	111
E. Analisis Regresi Pada Variabel Independen, Variabel Anteseden dan Variabel Dependen	112
F. Pembuktian Variabel <i>Intervening</i>	114
G. Analisis <i>Crosstab</i>	117
H. Analisis Pengaruh Online review Purbasari Lipstick Color Matte terhadap Brand Image Kosmetik Purbasari	126
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	129
B. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	138