

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 <i>Grand Theory</i>	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	8
2.2.2 Teori Atribusi	8
2.2.3 <i>E – Commerce</i>	9
2.2.4 Shopee	10
2.2.5 <i>Brand</i>	10
2.2.6 Nacific	11
2.2.7 <i>Brand Ambassador</i>	12
2.2.8 <i>Brand Image</i>	13
2.2.9 Keputusan Pembelian.....	14

2.3 Kerangka Teori	15
2.4 Hipotesis	16
2.5 Devinisi Operasional Variabel.....	16
BAB III	18
METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	18
3.1.2 Metode Penelitian.....	18
3.1.3 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Bahan Penelitian	19
3.3 Sumber Data	19
3.3.1 Data Skunder	19
3.3.2 Data Primer	19
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	20
3.4.1 Populasi	20
3.4.2 Sampel.....	20
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.5.1 Uji Instrumen.....	21
3.5.2 Uji Validitas	22
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	22
3.5.4 Uji Normalitas	23
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	23
3.5.6 Uji Hipotesis.....	24
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN	27
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	27
4.1.1 Gambaran Umum Shopee	27
4.1.2 Gambaran Umum Nacific	27
4.1.3 Gambaran Umum Stray Kids	28
4.2 Karakteristik Responden.....	29
4.3 Hasil Penelitian Variabel Brand Ambassador (X1).....	32
4.4 Hasil Penelitian Variabel Brand Image (X2).....	35

4.5 Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
4.6 Hasil Analisis Deskriptif	40
4.7 Uji Instrument.....	44
4.7.1 Uji Validitas	44
4.7.2 Uji Reabilitas.....	47
4.7.3 Uji Normalitas	48
4.6 Uji Regresi Linear Berganda	48
4.6 Koefisien Diterminasi.....	50
BAB V	51
PEMBAHASAN.....	51
5.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.....	51
5.2 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	51
5.3 Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	52
5.4 Temnuan Penelitian	52
BAB VI.....	53
KESIMPULAN.....	53
6.1 Kesimpulan.....	53
6.2 Saran	53
6.2.1 Bagi Perusahaan	53
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	53
Daftar pustaka	54
LAMPIRAN 1. Outline Kuisisioner.....	56
KUISISIONER PENGARUH DAYA TARIK DAN <i>BRAND IMAGE</i> STRAY KIDS SEBAGAI <i>BRAND AMBASSADOR</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>SKINCARE E-COMMERCE</i>	56
LAMPIRAN 2. Kartu Absensi.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Teori.....	15
Tabel 2.2 Devinisi Operasional Variabel	16
Tabel 3.1 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi	23
Tabel 4.1 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 1	32
Tabel 4.2 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 2.....	32
Tabel 4.3 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 3.....	32
Tabel 4.4 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 4.....	33
Tabel 4.5 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 5.....	33
Tabel 4.6 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 6.....	33
Tabel 4.7 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 7.....	34
Tabel 4.8 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 8.....	34
Tabel 4.9 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 9.....	34
Tabel 4.10 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 10.....	34
Tabel 4.11 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 11.....	35
Tabel 4.12 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 12.....	35
Tabel 4.13 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 13.....	35
Tabel 4.14 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 14.....	36
Tabel 4.15 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 15.....	36
Tabel 4.16 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 16.....	36
Tabel 4.17 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 17.....	37
Tabel 4.18 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 18.....	37
Tabel 4.19 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 19.....	37
Tabel 4.20 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 20.....	38
Tabel 4.21 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 21.....	38
Tabel 4.22 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 22.....	38
Tabel 4.23 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 23.....	39
Tabel 4.24 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 24.....	39
Tabel 4.25 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 25.....	39
Tabel 4.26 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 26.....	40
Tabel 4.27 Respon Responden Terhadap Pernyataan Nomor 27.....	40
Tabel 4.28 Interpretasi Nilai Indeks	40
Tabel 4.29 Hasil Analisis Deskriptif.....	43
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X1) menggunakan SPSS 20 ...	44

Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X1).....	44
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2).....	46
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) menggunakan SPSS 20 .	46
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador (X1).....	47
Tabel 4.36 Hasil Uji Realiabilitas Variabel Brand Image (X2)	47
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Linier Berganda dengan Uji T.....	49
Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi Linier Berganda dengan Uji F.....	49
Tabel 4.41 Hasil Uji Kooefisien Diterminasi.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak (Maret 2021)	2
Gambar 1.2 Presentase Responden yang Tertarik Gunakan Produk & Layanan Korea Selatan (2019)	3
Gambar 1.3 Rata-rata Pengunjung Web Bulanan Shopee (Kuartal I 2020-Kuartal III 2021)	5
Gambar 1.4 Artis K-Pop pendatang baru yang paling banyak dibicarakan	5
Gambar 3.1 <i>Followers</i> pada akun @nacifcosmeticofficial	20
Gambar 4.1 Aplikasi Shopee	27
Gambar 4.2 Produk Nacific	28
Gambar 4.3 Stray Kids sebagai Brand Ambassador Nacific	28
Gambar 4.4 Stray Kids sebagai Brand Ambassador Nacific	29
Gambar 4.5 Responden Domisili	30
Gambar 4.6 Responden Usia	30
Gambar 4.7 Responden Pengguna Shopee	31
Gambar 4.8 Responden Pengguna Nacific	31
Gambar 4.9 Responden Mengetahui Stray Kids	32