

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. KAJIAN PUSTAKA	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Strategi Pemasaran.....	15
3. Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	17
4. Kepercayaan terhadap <i>Online Shop (Online Trust)</i>	19
5. Persepsi Harga (<i>Price Perception</i>).....	21
6. <i>Electronic Word of Mouth</i> melalui <i>Beauty Vlogger</i>	23
7. Penelitian Terdahulu	27
B. Pengembangan Hipotesis.....	33
1. Hubungan Antar Variabel.....	34
2. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38

B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Oprasional Variabel	42
D. Skala Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian.....	45
F. Metode Pengumpulan Data.....	46
G. Metode analisis data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
B. Statistik Deskriptif	56
1. Deskripsi Responden	56
2. Deskripsi Variabel	60
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	63
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	64
2. Evaluasi <i>Measurement (Inner Model)</i>	72
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
1. Pengaruh <i>Online Trust</i> Terhadap Minat Beli.....	77
2. Pengaruh <i>Price Perception</i> Terhadap Minat Beli.....	78
3. Pengaruh <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap Minat Beli	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	89