

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Sejarah Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.1.4 Struktur Organisasi Industri.....	3
1.1.5 Produk dan Layanan	3
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.6 Batasan Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 <i>E-Marketing Mix</i>	13
2.1.3 <i>Consumer Behaviour</i>	15
2.1.4 <i>Customer Engagement</i>	14
2.1.5 <i>Brand</i>	17
2.1.6 <i>Brand Trust</i>	17
2.1.7 Keputusan Pembelian	18
2.1.7 Hubungan Antar Variabel.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.2.1 Ulasan Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	26

2.4 Hipotesis Penelitian	28
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Variabel Penelitian.....	30
3.3 Variabel Operasional & Skala Pengukuran	30
3.3.1 Variabel Operasional	30
3.3.2 Skala Pengukuran	34
3.4 Tahapan Penelitian.....	35
3.5 Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1 Populasi.....	37
3.5.2 Sampel	38
3.6 Teknik Sampling.....	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7.1 Sumber Data	39
3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	41
3.8.1 Uji Validitas.....	41
3.8.2 Uji Realibilitas	43
3.9 Teknik analisis data	45
3.9.1 Analisis Deskriptif	46
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9.4 Uji t	50
3.9.5 Uji F	51
3.10 Koefisien Determinan	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	53
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi <i>Followers</i> Instagram @Skind.official.....	53
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Budget Skincare</i> Per Bulan	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.3 Analisis Deskriptif	60
4.3.1 <i>Customer Engagement</i> pada PT. Bluepin Indonesia Perkasa	60
4.3.2 <i>Brand Trust</i> pada PT. Bluepin Indonesia Perkasa	62

4.3.3 Keputusan Pembelian pada PT. Bluepin Indonesia Perkasa	63
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1 Uji Normalitas	65
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	67
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	69
4.4.5 Uji Regresi Linier Berganda	70
4.5 Uji t	71
4.6 Uji F	72
4.7 Koefisien Determinasi	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	76
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76