

## DAFTAR ISI

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL.....                                | i   |
| PERSETUJUAN SKRIPSI .....                         | ii  |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....                   | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....             | iv  |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                       | v   |
| KATA PENGANTAR .....                              | vi  |
| ABSTRAK.....                                      | ix  |
| ABSTRACT.....                                     | x   |
| DAFTAR GAMBAR .....                               | xiv |
| DAFTAR TABEL.....                                 | xv  |
| BAB 1 .....                                       | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                  | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                         | 13  |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                        | 13  |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                      | 14  |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                    | 14  |
| BAB II.....                                       | 16  |
| 2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)..... | 16  |
| 2.2 Pengambilan Keputusan Pembelian .....         | 18  |
| 2.3 Komunikasi Getok Tular Elektronik .....       | 20  |
| 2.4 Citra Merek.....                              | 24  |
| 2.5 Kepercayaan Merek.....                        | 28  |
| 2.6 Kerangka Pemikiran .....                      | 33  |
| 2.7 Hipotesis.....                                | 34  |
| BAB III .....                                     | 35  |
| 3.1 Variabel Penelitian .....                     | 35  |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                     | 37  |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                   | 39  |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data .....                 | 40  |
| 3.5 Uji Kelayakan Kuesioner .....                 | 41  |

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| 3.5.1 Uji Semantik .....                                            | 41 |
| 3.5.1.1 Uji Semantik Indikator Variabel.....                        | 41 |
| 3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis .....                      | 46 |
| 3.5.2 Uji Statistik .....                                           | 53 |
| 3.5.2.1 Uji Validitas.....                                          | 53 |
| 3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....                                      | 55 |
| 3.6 Teknik Analisis.....                                            | 57 |
| 3.6.1 Angka Indeks .....                                            | 57 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....                        | 58 |
| 3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik.....                                      | 59 |
| 3.6.2.1.1 Uji Normalitas.....                                       | 59 |
| 3.6.2.1.2 Uji Multikolonieritas .....                               | 60 |
| 3.6.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....                             | 60 |
| 3.6.2.2 Uji Kelayakan Model.....                                    | 61 |
| 3.6.2.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                      | 61 |
| 3.6.2.2.2 Uji Statistik F .....                                     | 61 |
| 3.7 Uji Hipotesis.....                                              | 62 |
| BAB IV .....                                                        | 64 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....                                 | 64 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                           | 64 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....                       | 65 |
| 4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....             | 65 |
| 4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                     | 66 |
| 4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....           | 66 |
| 4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....      | 67 |
| 4.1.2.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....       | 68 |
| 4.2 Angka Indeks.....                                               | 68 |
| 4.2.1 Angka Indeks Variabel Komunikasi Getok Tular Elektronik ..... | 69 |
| 4.2.2 Angka Indeks Variabel Citra Merek.....                        | 69 |
| 4.2.3 Angka Indeks Variabel Kepercayaan Merek.....                  | 70 |
| 4.2.4 Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian .....   | 71 |
| 4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....                           | 72 |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....                   | 72 |
| 4.3.1.1 Uji Normalitas.....                    | 72 |
| 4.3.1.2 Uji Multikolonieritas.....             | 73 |
| 4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....          | 74 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....    | 75 |
| 4.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... | 77 |
| 4.3.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....         | 78 |
| 4.4 Uji Hipotesis.....                         | 79 |
| BAB V.....                                     | 84 |
| 5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian .....        | 84 |
| 5.2 Implikasi Teori .....                      | 85 |
| 5.3 Implikasi Manajerial.....                  | 88 |
| 5.4 Keterbatasan Penelitian .....              | 89 |
| 5.5 Saran Penelitian Mendatang.....            | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                           | 91 |
| LAMPIRAN.....                                  | 96 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....              | 34 |
| Gambar 4. 1 <i>Normal Probability Plot</i> ..... | 72 |
| Gambar 4. 2 <i>Scatterplot</i> .....             | 75 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Merek <i>Skincare</i> Terlaris pada <i>E-Commerce</i> Tahun 2022 ..... | 6  |
| Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survei .....                                                 | 7  |
| Tabel 1. 3 <i>Research Gap</i> .....                                              | 11 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Komunikasi Getok Tular Elektronik .....           | 22 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Citra Merek.....                                  | 27 |
| Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Kepercayaan Merek.....                            | 32 |
| Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional dalam Penelitian .....               | 36 |
| Tabel 3. 2 Uji Indikator Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian .....           | 42 |
| Tabel 3. 3 Uji Indikator Variabel Komunikasi Getok Tular Elektronik .....         | 43 |
| Tabel 3. 4 Uji Indikator Variabel Citra Merek.....                                | 44 |
| Tabel 3. 5 Uji Indikator Variabel Kepercayaan Merek.....                          | 45 |
| Tabel 3. 6 Uji Indikator Hipotesis H1 .....                                       | 47 |
| Tabel 3. 7 Uji Indikator Hipotesis H2 .....                                       | 49 |
| Tabel 3. 8 Uji Indikator Hipotesis H3.....                                        | 51 |
| Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian .....                         | 55 |
| Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....                     | 56 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                | 65 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                          | 66 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....              | 66 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....         | 67 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....          | 68 |

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 6 Perhitungan Angka Indeks Variabel Komunikasi Getok Tular Elektronik..... | 69 |
| Tabel 4. 7 Perhitungan Angka Indeks Variabel Citra Merek.....                       | 70 |
| Tabel 4. 8 Perhitungan Angka Indeks Variabel Kepercayaan Merek.....                 | 70 |
| Tabel 4. 9 Perhitungan Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian.....   | 71 |
| Tabel 4. 10 Hasil <i>Kolmogorov Smirnov Test</i> .....                              | 73 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolonieritas .....                                       | 74 |
| Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                             | 76 |
| Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                   | 77 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....                                                        | 78 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....                                                        | 79 |
| Tabel 4. 16 Hasil Temuan Penelitian .....                                           | 82 |
| Tabel 5. 1 Implikasi Teori.....                                                     | 86 |
| Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial .....                                               | 88 |