

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI, DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.2 <i>Peer Influence</i>	12
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	14
2.1.4 Minat Beli.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Berpikir	25
2.4 Hipotesis.....	27
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	27
2.4.2 Pengaruh <i>Peer Influence</i> Terhadap Minat Beli	28
2.4.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli.....	28
	xi

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Definisi Operasional.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	38
1. Uji Normalitas	38
2. Uji Heteroskedastisitas	39
3. Uji Multikolinieritas	39
3.7 Uji Hipotesis.....	40
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
2. Uji F (Anova).....	41
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....	43
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	43
4.2 Karakteristik responden	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Sosial Media	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Data Pekerjaan	45
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	46
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli (Y).....	46
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1)	46
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif <i>Peer Influence</i> (X2)	47
4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif <i>Social Media Marketing</i> (X3)	48
4.4 Hasil Uji Validitas	48

4.4.1 Uji Validitas Pada Minat Beli (Y).....	48
4.4.2 Uji Validitas Pada Kualitas Produk (X1).....	49
4.4.3 Uji Validitas Pada <i>Peer Influence</i> (X2).....	49
4.4.4 Uji Validitas Pada <i>Social Media Marketing</i> (X3).....	50
4.4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	51
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	51
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.6.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
4.6.2 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	56
4.6.3 Hasil Uji F (Simultan).....	58
4.7 Pembahasan.....	58
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk <i>Skincare</i> Bening's.....	58
4.7.2 Pengaruh <i>Peer Influence</i> Terhadap minat beli Produk <i>Skincare</i> Bening's.....	59
4.7.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap minat Beli Produk <i>Skincare</i> Bening's.....	61
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65