

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| DAFTAR GAMBAR..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | v |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | vi |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Gambaran Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Sejarah Perusahaan..... | 1 |
| 1.1.2 Profil produk Perusahaan | 1 |
| 1.2 Latar Belakang | 2 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis | 8 |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis..... | 8 |
| 1.6 Waktu dan Periode Penelitian | 9 |
| BAB II..... | 10 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 10 |
| 2.1.1 Komunikasi | 10 |
| 2.1.2 Komunikasi Kelompok | 11 |
| 2.1.3 Teman Sebaya (<i>peer group</i>)..... | 14 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.1.5 Hubungan Kelompok Teman Sebaya (<i>Peer Group</i>) terhadap Keputusan Pembelian .. | 20 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 37 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 38 |
| BAB III | 39 |
| METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 39 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 39 |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel..... | 40 |
| 3.3.1 Variabel Independen | 40 |

| | |
|---|----|
| 3.3.2 Variabel Dependen..... | 40 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel..... | 41 |
| 3.4 Skala Pengukuran..... | 44 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 45 |
| 3.5.1 Populasi..... | 45 |
| 3.5.2 Sampel..... | 45 |
| 3.5.3 Teknik Sampling | 46 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| 3.6.1 Data Primer | 47 |
| 3.6.2 Data Sekunder | 47 |
| 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas | 47 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 47 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas..... | 50 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 51 |
| 3.8.1 Analisis Data Deskriptif..... | 51 |
| 3.8.2 Methods of Succesive Interval (MSI) | 52 |
| 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 53 |
| 3.8.4 Koefisien Determinasi..... | 54 |
| 3.8.5 Uji Asumsi Klasik | 54 |
| 3.8.6 Uji Hipotesis (Uji t)..... | 55 |
| 3.8.7 Uji Hipotesis (Uji F)..... | 56 |
| BAB IV | 58 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 58 |
| 4.1 Pengumpulan Data | 58 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 58 |
| 4.3 Hasil Penelitian | 60 |
| 4.3.1 Analisis Deskriptif..... | 60 |
| 4.4 Transformasi Data Methods of Succesive Interval (MSI) | 76 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik..... | 76 |
| 4.5.1. Uji Normalitas | 76 |
| 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas..... | 79 |
| 4.5.3 Uji Multikolinieritas..... | 80 |
| 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 81 |

| | |
|--|-----------|
| 4.7 Koefisiensi Determinasi | 83 |
| 4.3.6 Uji Hipotesis (Uji t)..... | 85 |
| 4.3.7 Uji Hipotesis (Uji F)..... | 86 |
| 4.9 Pembahasan Hasil Penelitian | 88 |
| 4.9.1 Variabel Konformitas (X1) | 88 |
| 4.9.2 Variabel Fasilitasi sosial (X2) | 88 |
| 4.9.3 Variabel Polarisasi (X3) | 88 |
| 4.9.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 89 |
| 4.9.4.1 Sub Variabel Pengenalan Kebutuhan..... | 89 |
| 4.9.4.2 Sub Variabel Pencarian Informasi..... | 90 |
| 4.9.4.3 Sub Variabel Penilaian Alternatif | 90 |
| 4.9.4.4 Sub Variabel Keputusan Pembelian..... | 91 |
| 4.9.4.5 Sub Variabel Perilaku setelah Membeli | 91 |
| 4.9.5 Pengaruh komunikasi teman sebaya (peer group) terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah..... | 92 |
| 4.9.6 Pengaruh Variabel konformitas terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. | 93 |
| 4.9.7 Pengaruh Variabel Fasilitasi sosial terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. | 94 |
| 4.9.8 Pengaruh Variabel Polarisasi sosial terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. | 94 |
| BAB V | 96 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 96 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 96 |
| 5.2 Saran..... | 96 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 97 |
| 5.2.2 Saran Bagi Perusahaan | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA | 98 |