

DAFTAR ISI

PENGARUH PROGRAM SOCIOLLA BEAUTY WONDERLAND 12.12 WONDER SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19	i
PENGARUH PROGRAM SOCIOLLA BEAUTY WONDERLAND 12.12 WONDER SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Identifikasi Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	15

1.5.2 Kegunaan Praktis	16
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	17
1.6.1 Waktu Penelitian.....	17
1.6.2 Periode Penelitian	17
Penelitian ini akan dilaksanakan dalam jangka waktu 7 bulan. Berikut tabel periode penelitian yang akan dilaksanakan:	17
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	19
2.1.1 Komunikasi.....	19
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	23
2.1.4 Sales Promotion	24
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	28
2.1.6 Pengambilan Keputusan Konsumen	29
2.1.7 Struktur Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.2.1 Skripsi	33
2.2.2 Jurnal Nasional.....	37
2.2.3 Jurnal Internasional	41
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Hipotesis Penelitian	46
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN	48

3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	49
3.2.1 Operasional Variabel	49
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021.....	53
3.2.2 Skala Pengukuran	53
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1 Sumber Data Primer	56
3.4.2 Sumber Data Sekunder	57
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.5.1 Uji Validitas.....	57
3.5.2 Uji Reliabilitas	61
3.6 Teknik Analisis Data	62
3.6.1 Analisis Deskriptif	62
3.6.2 Metode Successive Interval (MSI)	64
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.6.4 Koefisien Korelasi	67
3.6.5 Koefisien Determinasi	68
3.6.6 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
3.6.7 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	69
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Pengumpulan Data	71

4.2 Karakteristik Responden	71
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question.....	72
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	75
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Berbelanja Produk Kecantikan di Sociolla	76
4.3 Hasil Penelitian.....	76
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X) Sales Promotion	76
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y) Keputusan Pembelian	84
4.3.3 Method of Successive Interval (MSI)	101
4.3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	102
4.3.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi	106
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	107
4.3.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	109
4.3.8 Hasil Uji Hipotesis	110
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
BAB V.....	118
KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran	118
5.2.1 Saran Teoritis.....	118
5.2.2 Saran Praktis	119
DAFTAR PUSTAKA	120

LAMPIRAN.....127