

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Halaman Sampul Luar..... | i |
| Halaman Sampul Dalam | ii |
| Halaman Persetujuan Pembimbing | iii |
| Halaman Pengesahan Penguji | iv |
| Halaman Motto | v |
| Halaman Persembahan | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi..... | ix |
| Daftar Tabel | xii |
| Daftar Gambar..... | xiv |
| Abstrak | xv |
| Abstract | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 8 |
| C. Rumusan Masalah | 11 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 12 |
| F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian | 13 |
| G. Penegasan Istilah | 14 |
| H. Sistematika Pembahasan | 15 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Perpindahan Merek..... | 17 |
| B. Pemasaran elektronik dari mulut ke mulut..... | 22 |
| C. Kualitas Produk | 31 |
| D. Harga | 39 |
| E. Pengaruh Pemasaran elektronik dari mulut ke mulut, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek | 46 |
| F. Penelitian Terdahulu..... | 52 |
| G. Kerangka Konseptual | 57 |
| H. Hipotesis Penelitian | 57 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 59 |
| B. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 59 |
| C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran..... | 61 |
| 1. Sumber Data | 61 |
| 2. Variabel Penelitian..... | 62 |
| 3. Definisi Operasional Variabel | 62 |
| 4. Skala Pengukuran | 65 |
| D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian..... | 66 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 69 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum <i>Sunscreen</i> Azarine | 75 |
| B. Deskripsi Hasil Penelitian | 78 |

| | |
|---------------------------------|----|
| C. Karakteristik Responden..... | 79 |
| D. Deskripsi Variabel..... | 83 |
| E. Pengujian Hipotesis | 85 |

BAB V PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| A. Pengaruh Pemasaran Elektronik dari Mulut ke Mulut Terhadap Perpindahan Merek..... | 96 |
| B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek..... | 99 |
| C. Pengaruh Harga Terhadap Perpindahan Merek..... | 102 |
| D. Pengaruh Pemasaran Elektronik dari Mulut ke Mulut, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Perpindahan Merek | 105 |

BAB IV PENUTUP

| | |
|--------------------|-----|
| A. Kesimpulan..... | 109 |
| B. Saran | 110 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Tabel | Hal. |
|---|------|
| 1.1 Penjualan Kosmetik Di Indonesia 2012-2021 | 1 |
| 1.2 Produk <i>Skincare</i> Terjual dan Viral | 3 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 53 |
| 3.1 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian | 67 |
| 4.1 Distribusi Kuesioner | 78 |
| 4.2 Jenis Kelamin Responden | 79 |
| 4.3 Usia Responden | 79 |
| 4.4 Fakultas Responden | 80 |
| 4.5 Jurusan Responden | 81 |
| 4.6 Tahun Angkatan Responden | 82 |
| 4.7 Tabulasi Data Deskripsi Variabel | 83 |
| 4.8 Hasil Uji Validitas Pemasaran Elektronik dari Mulut ke Mulut (X1) | 86 |
| 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) | 86 |
| 4.10 Hasil Uji Validitas Harga (X3) | 86 |
| 4.11 Hasil Uji Validitas Perpindahan Merek (Y) | 87 |
| 4.12 Hasil Uji Reliabilitas | 87 |
| 4.13 Hasil Uji Normalitas | 88 |
| 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas | 89 |
| 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 90 |
| 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 90 |

| | |
|--|----|
| 4.17 Hasil Uji T | 82 |
| 4.18 Hasil Uji F | 94 |
| 4.19 Hasil uji Koefisien Determinasi | 94 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Hal. |
|-------------------------------|------|
| 2.1 Kerangka Konseptual | 57 |