

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	18
C. Rumusan Masalah.....	19
D. Tujuan Penelitian	20
E. Kegunaan Penelitian	21
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	22
G. Penegasan Variabel.....	22
H. Sistematika Penulisan	26
BAB II LANDASAN TEORI	28
A. Teori Dasar	28
1. Perilaku Konsumen	28
2. Manajemen Pemasaran	32
B. Influencer Tiktok	40
C. Citra Merek.....	47

D. Pemasaran Viral.....	52
E. Pengetahuan Produk	58
F. Keputusan Pembelian	62
G. Generasi Z.....	69
H. Penelitian Terdahulu.....	71
I. Kerangka Teori	78
J. Hipotesis Penelitian	78
BAB III METODE PENELITIAN	81
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	81
B. Lokasi Penelitian	82
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	82
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	86
E. Instrumen Penelitian	90
F. Teknik Pengumpulan Data	92
G. Analisis Data.....	92
H. Tahapan Penelitian.....	97
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	98
A. Gambaran Umum Responden.....	98
B. Karakteristik Responden.....	104
C. Analisis Deskriptif Variabel	117
D. Hasil Analisis Data	123
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	123
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	140
3. Pengujian Hipotesis	142
BAB V PEMBAHASAN	147
A. Pengaruh Influencer Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	147
B. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	150
C. Pengaruh Pemasaran Viral terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	153

D. Pengaruh Influencer Tiktok terhadap Pengetahuan Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	156
E. Pengaruh Citra Merek terhadap Pengetahuan Produk Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	159
F. Pengaruh Pemasaran Viral terhadap Pengetahuan Produk Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	162
G. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	165
H. Pengaruh Influencer Tiktok terhadap Keputusan Pembelian melalui Pengetahuan Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	168
I. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Pengetahuan Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	172
J. Pengaruh Pemasaran Viral terhadap Keputusan Pembelian melalui Pengetahuan Produk Skincare pada Generasi Z Karesidenan Kediri.	175
BAB VI PENUTUP	178
A. Kesimpulan.....	178
B. Saran	181
DAFTAR PUSTAKA	182
LAMPIRAN-LAMPIRAN	191

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel dengan Skala <i>Likert</i>	85
Tabel 3.2 Populasi Penelitian Generasi Z	86
Tabel 3.3 Sampel Penelitian Generasi Z	90
Tabel 3.4 Indikator Variabel	91
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Domisili	105
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	107
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan	109
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	110
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Merek Skincare yang Digunakan	111
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Jenis Skincare yang Digunakan.....	113
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Tempat Pembelian.....	114
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan <i>Platform Online</i>	115
Tabel 4.10 Nilai Outer Loading Influencer TikTok Sebelum Valid.....	125
Tabel 4.11 Nilai Outer Loading Citra Merek Sebelum Valid.....	126
Tabel 4.12 Nilai Outer Loading Pemasaran Viral Sebelum Valid.....	128
Tabel 4.13 Nilai Outer Loading Pengetahuan Produk Sebelum Valid	130
Tabel 4.14 Nilai Outer Loading Keputusan Pembelian Sebelum Valid	132
Tabel 4.15 Nilai Outer Loading Influencer TikTok Setelah Valid	133
Tabel 4.16 Nilai Outer Loading Citra Merek Setelah Valid	133
Tabel 4.17 Nilai Outer Loading Pemasaran Viral Setelah Valid	134
Tabel 4.18 Nilai Outer Loading Pengetahuan Produk Setelah Valid.....	135
Tabel 4.19 Nilai Outer Loading Keputusan Pembelian Setelah Valid.....	136
Tabel 4.20 Nilai AVERAGE Variance Extracted	137
Tabel 4.21 Nilai Cross Loading	138
Tabel 4.22 Nilai Fornell-Larcker	139
Tabel 4.23 Composite Reliability dan Cronbach's	140
Tabel 4.24 Nilai R Square	141
Tabel 4.25 Nilai F Square	141

Tabel 4.26 Nilai Relevansi Prediktif (Q^2)	142
Tabel 4.27 Hasil Direct Effect	144
Tabel 4.28 Hasil Indirrect Effect.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Penduduk Kabupaten Trenggalek.....	2
Gambar 1.2	Jumlah Penduduk Kabupaten Tulungagung.....	3
Gambar 1.3	Jumlah Penduduk Kabupaten Blitar.....	4
Gambar 1.4	Jumlah Penduduk Kota Blitar	4
Gambar 1.5	Jumlah Penduduk Kabupaten Kediri.....	5
Gambar 1.6	Jumlah Penduduk Kota Kediri	6
Gambar 1.7	Jumlah Penduduk Kabupaten Nganjuk	6
Gambar 2.1	Kerangka Teori.....	78
Gambar 4.1	Hasil Proses Algorithm	124
Gambar 4.2	Hasil Proses Bootstrapping	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	191
Lampiran 2: Distribusi Frekuensi Variabel.....	200
Lampiran 3: Hasil Uji Smart-Pls.....	203
Lampiran 4: Tabulasi Data.....	211
Lampiran 5: Dokumentasi.....	242
Lampiran 6: Kartu Kendali Bimbingan Skripsi	243
Lampiran 7: Riwayat Hidup.....	256