

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINILITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2.1.1.1 Manfaat <i>Brand Image</i>	11
2.1.2 Pengertian <i>Personal Branding</i>	12
2.1.2.1 Fungsi dan Tujuan <i>Personal Branding</i>	12
2.1.3 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	13
2.1.3.1 Faktor-Faktor Terbentuknya E-WOM	13
2.4.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	14
2.4.1.1 Aspek-Aspek <i>Purchase Intention</i>	14
2.4.1.2 Indikator <i>Purchase Intention</i>	15
2.5.1 Pengertian <i>Beauty Vlogger</i>	16
2.5.1.1 Dimensi <i>Beauty Vlogger</i>	16

2.6.1 Industri Kosmetik	17
2.6.1.1 Strategi Promosi	19
2.6.1.2 Pergeseran Strategi Promosi Industri Kosmetik	20
2.2 Kerangka Konseptual	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.4 Hubungan Antar Variabel	22
2.4.1 Adanya Pengaruh Perbandingan Antara Image Beauty Vlogger Tasya Farasya Dan Rachel Goddard	22
2.4.2 Adanya Pengaruh Perbandingan Antara Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Beauty Vlogger Tasya Farasya Dan Rachel Goddard.....	22
2.5 Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Populasi dan Sampel	27
3.1.1 Populasi	27
3.1.2 Sampel	27
3.2 Metode Pendekatan Penelitian	27
3.3 Desain Penelitian.....	28
3.3.1 Jenis Metode Penelitian.....	28
3.3.2 Teknik Sampling	28
3.3.3 Penentuan Skala Pengukuran	29
3.3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3.5 Lokasi Penelitian	30
3.4 Variabel Penelitian	30
3.4.1 Definisi Variabel Penelitian.....	30
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	32
3.5.1 Sumber Data	32
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.3 Tahap Pengumpulan Data.....	33
3.6 Metode Analisa Data.....	33
3.6.1 Uji Instrumen	34
3.6.2 Teknik Analisa Data	34

3.6.3 Uji Hipotesis	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Data Responden	37
4.1.1 Deskripsi Status Responden.....	38
4.1.2 Deskripsi Usia Responden	40
4.1.3 Deskripsi Sering Menonton Vlog Beauty Vlogger	41
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	42
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	46
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4.3.1 Variabel Image Beauty Vlogger X1.....	47
4.3.2 Variabel Electronic Word Of Mouth X2.....	49
4.4 Uji Persyaratan	50
4.4.1 Uji Normalitas.....	50
4.4.2 Uji Homogenitas	51
4.5 Uji Hopotesis.....	52
4.5.1 Uji Independent Sample T-Test	55
4.6 Pembahasan	57
4.6.1 Adanya Perbedaan Antara Image Beauty Vlogger Tasya Farasya Dan Rachel Goddard	57
4.6.2 Adanya Perbedaan Antara Electronic Word Of Mouth Antara Tasya Farasya Dan Rachel Goddrad.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	73
BIODATA PENULIS	116