DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR ..... **i**

DAFTAR ISI ..... **iii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 13

1.2.1 Identifikasi Masalah 13

1.2.2 Rumusan Masalah 14

1.3 Tujuan 15

1.4 Manfaat Penelitian 15

1.4.1 Manfaat teoritis 15

1.4.2 Manfaat Praktis 15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS **17**

2.1 Kajian Pustaka 17

2.1.1 Manajemen 17

2.1.1.1 Definisi Manajemen 17

2.1.1.2 Fungsi Manajemen 18

2.1.1.3 Unsur-unsur Manajemen..... 19
2.1.1.4 Prinsip-Prinsip Manajemen..... 20
2.1.1.5 Bidang Manajemen 23
2.1.2 Manajemen Pemasaran 24
2.1.2.1 Definisi Pemasaran 24
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran 25
2.1.2.3 Bauran Pemasaran..... 26
2.1.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran 27
2.1.3 Manajemen Pemasaran Digital..... 28
2.1.3.1 Definisi Manajemen Pemasaran Digital 28
2.1.3.2 Strategi Pemasaran Digital..... 30
2.1.3.3 Kelebihan Pemsaran Digital 30
2.1.4 Perilaku Konsumen..... 31
2.1.4.1 Definisi Perilaku Konsumen..... 31
2.1.4.2 Jenis-jenis Perilaku Konsumen..... 32
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 33
2.1.5 Live Shopping TikTok..... 34
2.1.5.1 Definisi Live Shopping TikTok 34
2.1.5.2 Ciri-ciri Live Shopping TikTok 36
2.1.5.3 Indikator Live Shopping TikTok..... 37
2.1.6 Beauty Influencer Review 37
2.1.6.1 Definisi Beauty Influencer Review..... 37

2.1.6.2 Indikator Beauty Influencer Review 39
2.1.7 Keputusan Pembelian 40
2.1.7.1 Definisi Keputusan Pembelian 40
2.1.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 41
2.1.7.3 Proses Keputusan Pembelian 43
2.1.7.4 Indikator Keputusan Pembelian 43
2.1.8 Penelitian terdahulu 44
2.2 Kerangka Pemikiran 49
2.3 Hipotesis 54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 55
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 55
3.2 Definisi dan Operasionalisasi 57
3.2.1 Definisi Variabel 57
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 58
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 59
3.3.1 Populasi 59
3.3.2 Sampel 61
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 62
3.4.1 Sumber Data 63
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 64
3.5 Teknik Analisis Data 66
3.5.1 Analisis Deskriptif 66

3.5.2 Analisis Asosiatif 69
3.6 Tempat Penelitian 80
3.6.1 Tempat 80
3.6.2 Waktu 80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 81
4.1 Hasil Penelitian 81
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 81
4.1.1.1 Profil *Skincare* Yufaderma Ciamis 81
4.1.1.2 Visi dan Misi *Skincare* Yufaderma Ciamis.... 83
4.1.1.3 Struktur Organisasi *Skincare* Yufaderma Ciamis..... 84
4.1.1.4 *Job Description* pada *Skincare* Yufaderma Ciamis..... 85
4.1.1.5 Karakteristik Responden 87
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti 92
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang *Live Shopping* Tiktok pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 92
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang *Beauty Influencer Review* pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 103

4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 115
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis 128
4.1.4.1 Pengaruh *Live Shopping* Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 128
4.1.4.2 Pengaruh *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis... 134
4.1.4.3 Pengaruh *Live Shopping* Tiktok dan *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 140
4.2 Pembahasan 150
4.2.1 Pengaruh *Live Shopping* Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 150
4.2.2 Pengaruh *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis 153

4.2.3 Pengaruh *Live Shopping* Tiktok dan *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis . 156

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 159

5.1 Simpulan 159

5.2 Saran 160

DAFTAR PUSTAKA..... 162

LAMPIRAN..... 166

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumen Yufaderma Ciamis Periode Januari – November 2025 5

Tabel 1.2 Hasil pra survey Keputusan Pembelian pada Konsumen Yufaderma 6

Tabel 1.3 Hasil pra survey Live Shopping TikTok pada Konsumen Yufaderma 8

Tabel 1.4 Hasil pra survey Beauty Influencer Review pada konsumen Yufaderma 11

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan 47

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 58

Tabel 3.2 Data Jumlah Konsumen Yufaderma Bulan Januari-November..... 60

Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi 71

Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi 74

Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi 78

Tabel 3.6 Waktu Kegiatan Penelitian 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 ParadigmaPenelitian..... 53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan 166

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian..... 167

Lampiran 3 Surat Balassan Izin Penelitian 168

Lampiran 4 Kuisioner Penelitian 169

Lampiran 5 Data Jawaban Responden 174

Lampiran 6 Tabel Distribusi t..... 183

Lampiran 7 Tabel Distribusi F 184

Lampiran 8 Perhitungan Menggunakan SPSS 186

Lampiran 9 Dokumentasi peneliatian 189