

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	20
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	20
1.2.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.4.1 Manfaat Teoritis	22
1.4.2 Manfaat Praktis	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	24
2.1 Kajian Pustaka	24
2.1.1 Manajemen	24
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	24
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	25
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen.....	27
2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen	28
2.1.2 Manajemen Pemasaran	30
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	30

2.1.2.2	Fungsi Manajemen Pemasaran	31
2.1.2.3	Tujuan Manajemen Pemasaran	33
2.1.2.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	36
2.1.2.5	Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	37
2.1.2.6	Perilaku Konsumen	38
2.1.3	<i>Affiliate Marketing</i>	39
2.1.3.1	Pengertian <i>Affiliate Marketing</i>	39
2.1.3.2	Konsep dan Mekanisme <i>Affiliate Marketing</i>	40
2.1.3.3	Manfaat <i>Affiliate Marketing</i>	42
2.1.3.4	Indikator <i>Affiliate Marketing</i>	43
2.1.4	Online Customer Review	44
2.1.4.1	Pengertian Online Customer Review	44
2.1.4.2	Karakteristik Online Customer Review	45
2.1.4.3	Peran Online Customer Review dalam Keputusan Pembelian.....	46
2.1.4.4	Indikator Online Customer Review	47
2.1.5	<i>Impulsive Buying</i>	48
2.1.5.1	Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	48
2.1.5.2	Karakteristik <i>Impulsive Buying</i>	49
2.1.5.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	50
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan	52
2.2	Kerangka Pemikiran	54
2.3	Hipotesis Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN		62
3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	62
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	63
3.2.1	Definisi Variabel	63
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	64

4.1.4.3 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> dan Online Customer Review terhadap <i>Impulsive Buying</i> Konsumen Skincare Yufaderma	154
4.2 Pembahasan	163
4.2.1 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> pada Konsumen Skincare Yufaderma	163
4.2.2 Pengaruh Online Customer Review terhadap <i>Impulsive Buying</i> pada Konsumen Skincare Yufaderma di Platform TikTok Shop	165
4.2.3 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> dan Online Customer Review terhadap <i>Impulsive Buying</i> pada Konsumen Skincare Yufaderma di Platform TikTok Shop	167
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	170
5.1 Simpulan	170
5.2 Saran	171
DAFTAR PUSTAKA.....	173
DAFTAR LAMPIRAN	177