

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Pemasaran	22
2.2.2 Digital Marketing	23
2.2.3 Brand Image	30
2.2.4 Brand Trust	32
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	34
2.2.6 Hubungan Antar Variabel	36
2.3 Kerangka Konseptual	38
2.4 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Kerangka Proses Berfikir.....	41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42

3.2.1 Definisi Operasional	42
3.2.2 Pengukuran Variabel	43
3.3 Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	45
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	46
3.4.1 Lokasi Penelitian	46
3.4.2 Waktu Penelitian	46
3.5 Prosedur pengambilan/pengumpulan data	46
3.5.1 Jenis Data	46
3.5.2 Pengumpulan Data	48
3.6 Pengujian Data	49
3.6.1 Uji Validitas	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	53
3.7.1 Teknik Analisis Data	53
3.7.2 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1 Sejarah Perusahaan	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	60
4.1.3 Logo Perusahaan	61
4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian	61
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Deskriptif Hasil Penelitian	63
4.3 Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Data	69
4.3.1 Analisis Hasil Penelitian	69
4.3.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	74
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Pengaruh Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan(Y).	78
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).	80
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).	81
4.4.4. Pengaruh Simultan (F) Dari Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1), <i>Brand Image</i> (X2) dan <i>Brand Trust</i> (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan Scarlett Whitening di Surabaya.	79
4.4.5 Variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap Loyalitas Pelanggan....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Scarlett Whitening	2
Gambar 1. 2 Produk Scarlett Whitening	3
Gambar 1. 3 Data Scincare terlaris di E-commerce 2022.....	4
Gambar 1. 4 Ulasan pembeli di Shopee	7
Gambar 1. 5 Ulasan pembeli di Shopee	7
Gambar 2. 1 Mendapatkan dan Mempertahankan Kepercayaan.....	32
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Scarlett Whitening.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar followers Scarlet Whitening 2023	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Skincare	63
Tabel 4. 4 Interval Jawaban Responden	64
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	65
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image (X2).....	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Trust</i> (X3)	67
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) ..	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	71
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Berganda.....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial.....	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Variabel Dominan	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	91
Lampiran 2.....	105