

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Konsumsi dan Fungsi Konsumsi.....	12
2.1.2 Pendapatan	22
2.1.3 Perilaku Konsumen	25
2.1.4 Harga Produk	29
2.1.5 <i>Skincare</i>	30
2.1.6 Gender	31
2.1.7 Penelitian Terdahulu	33
2.2. Kerangka Pemikiran	43

2.2.1 Hubungan antara Harga Produk dengan Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i>	43
2.2.2 Hubungan antara Uang Saku dengan Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i>	44
2.2.3 Hubungan antara Gender dengan Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i>	45
2.3 Hipotesis	46
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	47
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3 Model Penelitian.....	53
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	54
3.4.1 Instrumen Penelitian.....	54
3.5 Teknik Analisis Data	55
3.5.1 Analisis Regresi Berganda	55
3.5.2 Uji Validitas	56
3.5.3 Uji Reliabilitas	57
3.5.4 <i>Method of Successive Interval</i>	58
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.5.6 Uji Statistik Analisis Regresi	62
3.5.7 Analisis Uji Perbedaan	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian	69
4.1.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	71
4.1.3 Analisis Data Hasil Penelitian.....	73
4.2 Pembahasan	82
4.2.1 Pengaruh Harga Produk terhadap Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platform Marketplace</i>	82

4.2.2 Pengaruh Uang Saku terhadap Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platform Marketplace</i>	84
4.2.3 Pengaruh Gender terhadap Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platform Marketplace</i>	86
4.2.4 Pengaruh Harga Produk, Uang Saku dan Gender Secara Bersama- sama terhadap Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platform Marketplace</i>	87
4.2.5 Perbedaan Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platform Marketplace</i> di Kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Negara berdasarkan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi Tahun 2017..	2
Tabel 1.2	Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2010-2015.....	6
Tabel 1.3	Matriks Jadwal Pelaksanaan Penelitian	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 4.1	Jumlah Responden berdasarkan Program Studi.....	71
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.3	Kategori Keputusan Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.4	Hasil Analisis Regresi Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	73
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	75
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	77
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	77
Tabel 4.8	Hasil Uji Signifikansi Parsial Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	78
Tabel 4.9	Hasil Uji Signifikansi Bersama-sama Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	79
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	80
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Independent Sample Z test</i> Pengeluaran Konsumsi Produk <i>Skincare</i> pada <i>Platfrom Marketplace</i>	81

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Pengeluaran Konsumen pada <i>E-Commerce</i> Perkategori di Indonesia Tahun 2019	3
Gambar 1.2	Pendapatan Pasar <i>Skincare</i> di Indonesia tahun 2017-2025.....	7
Gambar 2.1	Perilaku Konsumsi <i>Life-Cycle Hypothesis</i> dari Modigliani.....	19
Gambar 4.1	Persentase Responden Penelitian berdasarkan Gender	71
Gambar 4.2	Uji Normalitas dengan <i>Normal Probability Plot</i>	75
Gambar 4.3	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	76
Gambar 4.4	Persentase Konsumsi Produk <i>Skincare</i> berdasarkan Jenis Produk ..	89

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran I	Data Penelitian
Lampiran II	Rancangan Kuesioner
Lampiran III	Tabulasi Data Responden
Lampiran IV	Hasil <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)
Lampiran V	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran VI	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran VII	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Lampiran VIII	Hasil Uji Hipotesis
Lampiran IX	Hasil Uji Perbedaan <i>Independent Sample Z test</i>