



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

EFEKTIVITAS BEAUTY INFLUENCER PADA PEMASARAN MEREK KOSMETIK LOKAL SOMETHING
ISYATIR RAZIAH, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://eprints.kosmetik.ugm.ac.id/>

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Pertanyaan Penelitian	6
1.4.Tujuan Penelitian.....	7
1.5.Manfaat Penelitian.....	7
1.6.Lingkup penelitian.....	8
1.7.Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1.Teori Konseptual	10
2.1.1.Efektivitas	10
2.1.2.Pemasaran Media Sosial	11
2.1.3.Youtube.....	13
2.1.4.Beauty Influencer	14
2.1.5.Kredibilitas <i>Beauty Influencer</i>	16
2.1.6.Interaksi <i>Parasosial Beauty Influencer</i>	18
2.1.7.Niat Beli Konsumen.....	18
2.2.Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.1.Penelitian oleh Karina Sokolova dan Hajer Kefi.....	20
2.2.2.Penelitian oleh Riadh Ladhari, Elodie Massa dan Hamida Skandrani ..	21
2.2.3.Penelitian oleh Samira Farivar, Fang Wang dan Yufei Yuan.....	21
2.2.4.Penelitian oleh Hisashi Masuda, Spring H. Han dan Jungwoo Lee	22
2.3.Pengembangan Hipotesis	22
2.4.Kerangka Penelitian	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1.Desain Penelitian	29
3.2.Metode Pengumpulan Data	29
3.3.Metode Pengambilan Sampel	31
3.4.Instrumen Penelitian.....	34
3.5.Definisi Operasional Variabel	35
3.6.Metode Analisis Data	39
3.6.1.Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	40
3.6.2.Pengujian Model Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	42
3.6.3.Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	43
BAB IV	44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1.Pengumpulan Data	44
4.2.Profil Responden	44
4.3.Deskripsi Data	48

4. Analisis Outer Model	55
4.4.1. Uji Validitas Konvergen	55
4.4.2. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	56
4.4.3. Uji Validitas Diskriminan	57
4.4.4. Uji Reliabilitas	59
4.5. Analisis Inner Model	60
4.5.1. <i>R-Squares</i> dan <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	60
4.5.2. Uji Hipotesis	62
4.6. Pembahasan	66
4.6.1. Pembahasan Hipotesis Pertama	66
4.6.2. Pembahasan Hipotesis Kedua	67
4.6.3. Pembahasan Hipotesis Ketiga	67
4.6.4. Pembahasan Hipotesis Keempat	68
4.6.5. Pembahasan Hipotesis Kelima	69
4.6.6. Pembahasan Hipotesis Keenam	70
4.6.7. Pembahasan Hipotesis Ketujuh	71
4.7. Pembahasan Hipotesis Secara Keseluruhan	72
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Implikasi Manajerial	77
5.3. Keterbatasan Penelitian	79
5.4. Saran Penelitian Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	86