UNIVERSITAS GADJAH MADA
Influencer Marketing Communication pada Keputusan Pembelian Produk UMKM (Survei Pengaruh Penggunaan Influencer pada Pengikut Instagram @e.nengmanis terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Eneng Manis)
Alizha Alkhanza, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR, GRAFIK, DAN TABEL ..... **x**

BAB I **1**

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 5

E. Kerangka Pemikiran 5

F. Kerangka Konsep 14

G. Definisi Operasional 19

H. Hipotesis 22

I. Metodologi Penelitian 22

BAB II **37**

A. Peran *Influencer Marketing Communication* dalam Memasarkan Produk UMKM di Media Sosial 37

B. Tren *Influencer Marketing Communication* sebagai Peluang untuk Memasarkan Produk UMKM di Media Sosial 39

C. Keputusan Pembelian sebagai Tingkah Laku Konsumen 41

D. Keterkaitan antara *Influencer Marketing Communication*, Media Sosial, dan Keputusan Pembelian Produk UMKM 46

BAB III **49**

A. Deskripsi Akun Instagram 49

B. Pengelolaan Akun Instagram 53

C. Deskripsi Aktivitas *Influencer* 58

D. Reviewer Akun Instagram 62

E. Karakteristik *Followers* 63

BAB IV **65**

A. Uji Kualitas Instrumen 65

B. Pemaparan Data Kuesioner 83

C. Diskusi Hasil Analisis Temuan Menarik 108

Influencer Marketing Communication pada Keputusan Pembelian Produk UMKM (Survei Pengaruh Penggunaan
Influencer pada Pengikut Instagram @e.nengmanis terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Eneng
Manis)
Alizha Alkhanza, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB V 113

A. Kesimpulan 113

B. Saran.....115

DAFTAR PUSTAKA.....116

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN.....122

LAMPIRAN TABEL SPSS.....130