

## Daftar Isi

KATA PENGANTAR .....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Lampiran.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis.....	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis .....	3
1.1.3 Tinjauan Konsumen.....	6
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Lingkup Penelitian .....	10
1.5.1 Model Penelitian.....	10
1.5.2 Objek Penelitian.....	10
1.5.3 Lokasi Penelitian .....	10
1.5.4 Waktu Penelitian.....	11
BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	12
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar.....	12
2.1.1 Daya Tarik Fisik (Physical Attractiveness) .....	12
2.1.2 Homofili Sikap ( <i>Attitude Homophily</i> ) .....	12
2.1.3 Daya Tarik Sosial ( <i>Social Attractiveness</i> ) .....	13
2.1.4 Kredibilitas ( <i>Credibility</i> ) .....	14
2.1.5 Interaksi Parasosial ( <i>Parasocial Interaction</i> ) .....	14
2.1.6 Niat Pembelian ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.2.1 Pengaruh Kredibilitas pada Niat Pembelian .....	15
2.2.2 Pengaruh Interaksi Parasosial pada Niat Pembelian.....	16

2.2.3 Pengaruh Daya Tarik Fisik pada Interaksi Parasosial .....	17
2.2.4 Pengaruh Daya Tarik Sosial pada Interaksi Parasosial.....	18
2.2.5 Pengaruh Homofili Sikap pada Interaksi Parasosial.....	19
2.2.6 Pengaruh Daya Tarik Fisik pada Kredibilitas.....	20
2.2.7 Pengaruh Homofili Sikap pada Kredibilitas .....	21
2.3 Model Penelitian.....	22
BAB III .....	24
Metode Riset.....	24
3.1 Pendekatan Riset.....	24
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	25
3.2.1 Daya Tarik Fisik .....	25
3.2.2 Homofili Sikap.....	25
3.2.3 Daya Tarik Sosial .....	26
3.2.4 Kredibilitas .....	26
3.2.5 Interaksi Parasosial .....	27
3.2.6 Niat Pembelian.....	28
3.2.7 Pengukuran .....	29
3.3 Desain Pengambilan Sampel .....	29
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel .....	29
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	30
3.3.4 Ukuran Sampel .....	30
3.3.5 Daerah Sebaran Kuesioner.....	31
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner .....	31
3.5 Profil Responden .....	31
3.6 Objek Riset .....	34
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8 Instrumen Riset.....	37
3.9 Metode Analisis Data .....	38
3.9.1 Metode Analisis .....	38
3.9.2 Spesifikasi model penelitian .....	40
3.9.3 Evaluasi Model Luar.....	41
3.9.4 Evaluasi Model Dalam.....	44
3.9.5 Uji Hipotesis .....	46
BAB IV ANALISIS DATA.....	47

4.1. Kualitas Data Penelitian.....	47
4.1.1. Statistik Deskriptif .....	47
4.1.2. Perhitungan validitas konvergen.....	48
4.1.3. Matriks Korelasi Antar Variabel.....	49
4.2. Evaluasi Model Pengukuran .....	50
4.2.1. Perhitungan nilai <i>outer loading</i> .....	50
4.2.2. Perhitungan konsistensi reliabilitas internal .....	52
4.2.4. Perhitungan validitas diskriminan .....	53
4.3. Evaluasi Model Struktural .....	55
4.3.1. Perhitungan nilai $R^2$ .....	55
4.3.2. Perhitungan nilai $Q^2$ .....	55
4.3.3. Perhitungan <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ) .....	56
4.4. Uji Kecocokan Model.....	57
4.5. Pengujian Hipotesis .....	58
4.5.1. Hipotesis satu (H1) .....	60
4.5.2. Hipotesis dua (H2).....	62
4.5.3. Hipotesis tiga (H3).....	64
4.5.4. Hipotesis empat (H4).....	66
4.5.5. Hipotesis lima (H5).....	68
4.5.6. Hipotesis enam (H6) .....	70
4.5.7. Hipotesis tujuh (H7) .....	72
4.6. Ringkasan Pengujian Hipotesis .....	74
BAB V KESIMPULAN .....	77
5.1. Kesimpulan .....	77
5.2. Implikasi Manajerial .....	81
5.3. Keterbatasan Riset .....	85
5.4. Arahan Riset Mendatang .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN .....	97

## Daftar Tabel

Tabel 3. 1Pengukuran Variabel Daya Tarik Fisik .....	25
Tabel 3. 2Item Pengukuran Variabel Homofili Sikap .....	25
Tabel 3. 3Item Pengukuran Variabel Daya Tarik Sosial .....	26
Tabel 3. 4Item Pengukuran Variabel Kredibilitas .....	26
Tabel 3. 5Item Pengukuran Interaksi Parasosial.....	27
Tabel 3. 6Item Pengukuran Variabel Niat Pembelian .....	28
Tabel 3. 7 Profil Responden .....	32
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 2Hasil Perhitungan Nilai AVE .....	48
Tabel 4. 3Korelasi Antar Variabel.....	50
Tabel 4. 4Hasil Perhitungan Nilai Outer Loading .....	50
Tabel 4. 5Hasil Perhitungan Nilai Konsistensi Realibilitas Internal .....	52
Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan Nilai Fornell-Lacrker .....	53
Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan Nilai Rasio HTMT .....	54
Tabel 4. 8 Hasil Perhitungan Nilai $R^2$ .....	55
Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan Nilai $Q^2$ .....	55
Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Effect Size ( $f^2$ ).....	56
Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Model Fit.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis Menggunakan Metode Bootstrapping .....	59
Tabel 4. 13Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	75



## **Daftar Gambar**

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	23
Gambar 3. 1Akun Instagram influencer (Tasya Farasya).....	35
Gambar 3. 2Akun Instagram influencer (Suhay Salim).....	35
Gambar 3. 3Akun Instagram influencer (Abel Cantika).....	36
Gambar 3. 4 Contoh Skema Struktural.....	40
Gambar 4. 1Spesifikasi Model Penelitian.....	60

## **Daftar Lampiran**

<b>Lampiran 1 : Kuesioner .....</b>	<b>97</b>
<b>Lampiran 2 : Analisis Data .....</b>	<b>105</b>