

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Lingkup Penelitian	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Konsep Pemasaran Pemengaruh	13
2.2 Konsep Niat Beli.....	14
2.3 Persepsi kredibilitas (<i>Perceived Credibility</i>)	15
2.4 Kepercayaan.....	16
2.5 Persepsi kontrol perilaku (<i>Perceived behavioral control</i>)	18
2.6 Norma subjektif (<i>Subjective Norms</i>).....	19
2.7 Persepsi keahlian (<i>Perceived expertise</i>).....	20
2.8 Persepsi kesesuaian (<i>Perceived Congruence</i>).....	21
2.9 Sikap terhadap pemengaruh.....	22
2.10 Sikap merek	24
2.11 Hubungan antara kredibilitas dan sikap konsumen	25

2.12 Hubungan antara kepercayaan dan sikap konsumen	27
2.13 Hubungan antara kontrol perilaku dan sikap konsumen.....	29
2.14 Hubungan antara norma subjektif dan sikap konsumen	31
2.15 Hubungan antara persepsi keahlian (<i>Perceived expertise</i>) dan sikap konsumen	33
2.16 Hubungan antara persepsi kesesuaian (<i>Perceived Congruence</i>) dan sikap konsumen	36
2.17 Hubungan antara sikap konsumen dan sikap merek	38
2.18 Hubungan antara sikap merek dan niat beli	40
2.19 Hubungan antara sikap konsumen dan niat beli	42
2.20 Model Penelitian	45
BAB III	47
METODE RISET.....	47
3.1 Pendekatan Riset.....	47
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	47
3.2.1 Persepsi kredibilitas (<i>Perceived Credibility</i>)	48
3.2.2 Kepercayaan	48
3.2.3 Persepsi kontrol perilaku.....	49
3.2.4 Norma subjektif	50
3.2.5 Persepsi keahlian.....	50
3.2.6 Persepsi kesesuaian	51
3.2.7 Sikap konsumen	52
3.2.8 Sikap merek	52
3.2.9 Niat Beli	53
3.2.10 Skala Pengukuran.....	53
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	54
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	54
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	54
3.3.3 Ukuran Sampel	55
3.3.4 Daerah sebaran kuesioner.....	56
3.4 Skema penyebaran kuesioner.....	56
3.5 Profil Responden.....	56
3.6 Obyek Penelitian	58
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	63
3.8 Instrumen Penelitian	63
3.9 Metode Analisis Data.....	64

3.9.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	65
3.9.2 Evaluasi Model Struktural.....	67
3.9.3 Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit</i> atau model fit).....	68
3.9.4 Koefisien jalur (<i>Path Coefficient</i>)	71
BAB IV	73
ANALISIS DATA	73
4.1.1 Statistik Deskriptif	73
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	75
4.2.1 Uji Validitas Konvergen.....	75
4.2.2 Uji Validitas Diskriminan	76
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	77
4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	78
4.3.1 R-Square (R^2)	79
4.3.2 F-Square	80
4.4 Uji Model Fit.....	81
4.5 koefisien jalur (<i>Path Coefficient</i>) atau Pengujian Hipotesis	82
4.5.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	83
4.5.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua	86
4.5.3 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	89
4.5.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	92
4.5.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima.....	95
4.5.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam	98
4.5.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh	101
4.5.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan	104
4.5.9 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesembilan	107
4.6 Ringkasan pengujian semua hipotesis	110
BAB V	113
KESIMPULAN.....	113
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	127