

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GRAFIK	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Lingkup Penelitian	10
BAB II TINJAUAN LITERATUR	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Persuasi	12
2.1.2 <i>The Source Effect Theory</i>	13
2.1.3 Kepemimpinan Opini	15
2.1.4 Hubungan Parasosial	15
2.1.5 Tipe Konten	16
2.1.6 Inferensi Koresponden	17
2.1.7 Niat Beli Ulang	18
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hipotesis dan Kerangka Penelitian	26
2.3.1 Pengaruh kepemimpinan opini dan niat beli ulang	26
2.3.2 Pengaruh hubungan parasosial dan niat beli ulang	26
2.3.3 Pengaruh efek moderasi dari postingan informasional pada kepemimpinan opini dan niat beli ulang	28

2.3.4 Pengaruh efek moderasi dari postingan <i>storytelling</i> pada hubungan parasosial dan niat beli ulang.....	28
2.3.5 Pengaruh efek moderasi dari inferensi koresponden pada kepemimpinan opini dan niat beli ulang.....	30
2.3.6 Pengaruh efek moderasi dari inferensi koresponden pada hubungan parasosial dan niat beli ulang.....	30
2.4 Kerangka Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Setting dan Informan/Responden	35
3.3 Sampel dan Metode Penyampelan	35
3.4 Metode Pengumpulan Data Informan dan Responden.....	36
3.5 Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1 Kepemimpinan Opini.....	37
3.5.2 Hubungan Parasosial.....	37
3.5.3 Post Informasional	37
3.5.4 Post <i>Storytelling</i>	38
3.5.5 Inferensi Koresponden.....	38
3.5.6 Niat Beli Ulang	38
3.6 Pengembangan Instrumen Penelitian	39
3.7 Metode Analisis Data	42
3.7.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	43
3.7.1.1 Uji Validitas Konvergen	43
3.7.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	43
3.7.1.3 Uji Reliabilitas	44
3.7.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
3.7.2.1 <i>Collinearity Assesment</i>	45
3.7.2.2 <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	45
3.7.2.3 <i>Effect Size f²</i>	45

3.7.2.4 Predictive Relevance Q^2	46
3.7.3 Model Fit (Goodness of Fit)	46
3.7.4 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Umum <i>Beauty Influencer</i> Tasya Farasya	49
4.1.2 Deskripsi Data Studi Pendahuluan	50
4.1.3 Deskripsi Data Studi Utama	55
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
4.2.1 Uji Validitas Konvergen	63
4.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....	66
4.2.3 Uji Reliabilitas	69
4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
4.3.1 <i>Collinearity Assesment</i>	70
4.3.2 R-Square	71
4.3.3 Uji f^2 effect size	71
4.3.4 Uji Q Square	73
4.4 Model Fit	73
4.5 Uji Hipotesis.....	74
4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama	76
4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua.....	76
4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga.....	77
4.5.4 Pengujian Hipotesis Keempat.....	77
4.5.5 Pengujian Hipotesis Kelima.....	78
4.5.6 Pengujian Hipotesis Keenam	79
4.6 Pembahasan Hipotesis	79
4.6.1 Hipotesis Pertama	79

4.6.2 Hipotesis Kedua.....	81
4.6.3 Hipotesis Ketiga.....	83
4.6.4 Hipotesis Keempat.....	84
4.6.5 Hipotesis Kelima.....	85
4.6.6 Hipotesis Keenam.....	86
BAB V SIMPULAN	89
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Implikasi	91
5.3 Keterbatasan	93
5.4 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
Lampiran I Hasil Wawancara Studi Pendahuluan	106
Lampiran II Pertanyaan dalam Kuesioner.....	112
Lampiran III Hasil Uji Statistik.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian.....	40
Tabel 4. 1 Demografi Responden Penelitian.....	56
Tabel 4. 2 Intrepretasi Rata-Rata Jawaban Responden.....	60
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif	60
Tabel 4. 4 Hasil Perhitungan Outer Loadings dan Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading	66
Tabel 4. 6 Uji Fornell Larcker.....	69
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Collinearity Assesment</i>	70
Tabel 4. 9 Nilai R Square.....	71
Tabel 4. 10 Uji F Square	72
Tabel 4. 11 Uji Q Square.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Model Fit.....	74
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis	75

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2. 1 Model Penelitian.....	32
Grafik 4. 1 Brand Kecantikan yang dipilih Responden pada Tasya Farasya.....	59
Grafik 4. 2 Hasil Uji Hipotesis.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Hasil Wawancara Studi Pendahuluan	106
Lampiran II Pertanyaan dalam Kuesioner.....	112