

## Daftar Isi

KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis .....	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis.....	4
1.1.3 Tinjauan Konsumen .....	5
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Riset .....	9
1.4 Tujuan Riset.....	10
1.5 Lingkup Riset .....	10
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Kredibilitas yang Dirasakan (Perceived Credibility) .....	12
2.1.2 Kepercayaan.....	13
2.1.3 Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	14
2.1.4 Norma Subjektif.....	14
2.1.5 Keahlian yang Dirasakan .....	15
2.1.6 Kesesuaian yang Dirasakan.....	16
2.1.7 Sikap terhadap Pemengaruh.....	16
2.1.8 Sikap terhadap Merek .....	17
2.1.9 Niat untuk Membeli .....	18
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.2.1 Hubungan antara variabel kredibilitas yang dirasakan dan variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh .....	19
2.2.2 Hubungan antara variabel kepercayaan dan variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh.....	20

2.2.3	Hubungan antara variabel kontrol perilaku yang dirasakan dan variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh .....	22
2.2.4	Hubungan antara variabel norma subjektif dan variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh .....	23
2.2.5	Hubungan antara variabel keahlian yang dirasakan dan variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh .....	25
2.2.6	Hubungan antara variabel kesesuaian yang dirasakan dan variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh .....	26
2.2.7	Hubungan antara variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh dan variabel sikap terhadap merek.....	27
2.2.8	Hubungan antara variabel sikap terhadap merek dan variabel niat beli konsumen.....	29
2.2.9	Hubungan antara variabel sikap konsumen terhadap pemengaruh pada variabel niat beli konsumen.....	31
2.3	Model Riset .....	32
<b>BAB 3 METODE RISET .....</b>		<b>35</b>
3.1	Pendekatan Riset .....	35
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	36
3.2.1.	Kredibilitas yang Dirasakan.....	36
3.2.2.	Kepercayaan.....	36
3.2.3.	Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	37
3.2.4.	Norma Subjektif.....	37
3.2.5.	Keahlian yang Dirasakan .....	38
3.2.6.	Kesesuaian yang Dirasakan .....	39
3.2.7.	Sikap terhadap Pemengaruh.....	39
3.2.8.	Sikap terhadap Merek .....	40
3.2.9.	Niat untuk Membeli .....	40
3.2.10.	Skala Pengukuran .....	41
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	42
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel .....	42
3.3.2	Populasi.....	42
3.3.3	Unit Sampel .....	42
3.3.4	Ukuran Sampel .....	43
3.3.5	Wilayah Penyebaran Kuesioner.....	44

3.4	Skema Penyebaran Kuesioner.....	44
3.5	Profil Responden.....	45
3.6	Objek Riset.....	46
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.8	Instrumen Riset .....	52
3.9	Analisis Data .....	53
3.9.1	Metode Analisis Data.....	53
3.9.2	Evaluasi Model Pengukuran .....	54
3.9.3	Evaluasi Model Struktural .....	56
3.9.4	Evaluasi Goodness of Fit .....	57
3.9.5	Pengujian Hipotesis .....	58
BAB 4 ANALISIS DATA .....		60
4.1.	Kualitas Data Penelitian .....	60
4.1.1	Statistik Deskriptif .....	60
4.1.2	Matrik Korelasi .....	61
4.2.	Evaluasi Model Pengukuran.....	62
4.2.1	Uji Reliabilitas .....	62
4.2.2	Uji Validitas Konvergen .....	63
4.2.3	Uji Validitas Diskriminan .....	66
4.3.	Evaluasi Model Struktural.....	67
4.3.1	<i>R Square</i> .....	67
4.3.2	<i>F Square</i> .....	67
4.4.	Uji Kecocokan Model.....	69
4.4.1	Standardized Root Mean Residual (SRMR) .....	69
4.4.2	Normed Fit Index (NFI).....	69
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	70
4.5.1	Hipotesis Satu (H1).....	72
4.5.2	Hipotesis Dua (H2) .....	74
4.5.3	Hipotesis Tiga (H3).....	77
4.5.4	Hipotesis Empat (H4).....	79
4.5.5	Hipotesis Lima (H5).....	81
4.5.6	Hipotesis Enam (H6).....	83

4.5.7	Hipotesis Tujuh (H7).....	85
4.5.8	Hipotesis Delapan (H8).....	88
4.5.9	Hipotesis Sembilan (H9).....	90
4.6.	Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis .....	92
BAB 5 KESIMPULAN.....		95
5.1.	Kesimpulan.....	95
5.2.	Implikasi Manajerial.....	97
5.3.	Keterbatasan Riset .....	101
5.4.	Arahan Riset Mendatang .....	102
Daftar Referensi .....		103

## Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Model Riset .....	33
Gambar 3.1 Profil Akun @DiantyAnnisa.....	48
Gambar 3. 2 Profil Akun @RachelVennya.....	49
Gambar 3.3 Profil Akun Muhammad Putra Setia .....	50
Gambar 4. 1 Hasil Uji Hipotesis .....	71

## Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Profil Responden.....	45
Tabel 3. 2 Profil Responden.....	46
Tabel 3. 3 Profil Responden.....	47
Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4. 3 Hasil Matriks Korelasi .....	62
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>Outer loadings</i> .....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji <i>Outer loadings</i> .....	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji AVE.....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	66
Tabel 4. 9 Hasil <i>R Square</i> .....	67
Tabel 4. 10 Hasil <i>F Square</i> .....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kecocokan Model.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Path Coefficient .....	70
Tabel 4. 13 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	93
Tabel 4. 14 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	94

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2 Hasil Uji Korelasi Pearson .....	122
Lampiran 3 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i> .....	122
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Konvergen .....	123
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan - Fornell-Larcker Criterion .....	123
Lampiran 6 Hasil Uji Evaluasi Model Struktural .....	124
Lampiran 7 Hasil Uji Kecocokan Model .....	124
Lampiran 8 Hasil Pengujian Hipotesis.....	124