

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Akademis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Opinion Leadership Theory</i> .....	9
2.1.2 Niat Beli .....	9
2.1.3 Media Sosial.....	10

2.1.4 Pemasaran Pemengaruh .....	11
2.1.5 Pemengaruh Media Sosial .....	11
2.1.6. Keahlian .....	12
2.1.7 Kepercayaan .....	13
2.1.8 Sikap Homofili .....	13
2.1.9 Interaksi Parasosial .....	14
2.1.10 Kualitas Konten.....	15
2.1.11 Sikap terhadap postingan Bersponsor .....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	16
2.2.1 Keahlian dengan Niat Beli .....	16
2.2.2 Kualitas Konten dengan Niat Beli .....	17
2.2.3 Sikap Homofili dengan Niat beli .....	18
2.2.4 Interaksi Parasosial dengan Niat Beli .....	19
2.2.5 Sikap terhadap Postingan Bersponsor dengan Niat Beli.....	20
2.3 Model Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	22
3.2.1 Keahlian .....	22
3.2.2 Kepercayaan .....	23
3.2.4 Sikap Homofili .....	24
3.2.5 Interaksi Parasosial .....	25
3.2.6 Sikap terhadap Postingan Bersponsor .....	26

3.2.7 Niat Beli .....	27
3.3 Populasi dan Sampel .....	27
3.3.1 Populasi .....	27
3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel .....	28
3.3.3 Ukuran Sampel.....	29
3.4 Objek Penelitian .....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.1 Waktu Pengumpulan Data .....	30
3.6 Instrumen Penelitian .....	30
3.7 Pengujian Instrumen .....	31
3.7.1 Uji Validitas .....	32
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	34
3.8.2 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	35
3.8.3 Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Profil Responden.....	36
4.1.1 Jenis Kelamin .....	36
4.1.2 Usia .....	37
4.1.3 Domisili.....	38
4.1.4 Pekerjaan .....	39
4.1.5 Pendapatan Bulanan .....	40

4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	41
4.3 Analisis Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	42
4.3.1 Uji Validitas .....	42
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.4 Analisis Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	48
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ) .....	48
4.4.2 Uji Relevansi Prediktif ( <i>Q-square</i> ).....	50
4.5 Pengujian Hipotesis.....	50
4.5.1 Pengaruh Keahlian pada Niat Beli .....	52
4.5.2 Pengaruh Kualitas Konten pada Niat Beli .....	53
4.5.3 Kualitas Konten Memediasi Hubungan antara Kepercayaan dan Niat Beli .....	53
4.5.4 Pengaruh Sikap Homofili pada Niat Beli.....	54
4.5.5 Pengaruh Interaksi Parasosial pada Niat Beli .....	54
4.5.6 Pengaruh Sikap terhadap Postingan Bersponsor pada Niat Beli.....	55
4.5.7 Sikap terhadap Postingan Bersponsor Memediasi Hubungan antara Kepercayaan dan Niat Beli.....	56
4.5.8 Sikap terhadap Postingan Bersponsor Memediasi Hubungan antara Keahlian dan Niat Beli .....	56
4.6 Pembahasan.....	57
4.6.1 Hipotesis Pertama .....	57
4.6.2 Hipotesis Kedua (A).....	58
4.6.3 Hipotesis Kedua (B).....	59

4.6.4 Hipotesis Ketiga .....	60
4.6.5 Hipotesis Keempat .....	60
4.6.6 Hipotesis Kelima (A) .....	62
4.6.7 Hipotesis Kelima (B) .....	63
4.6.8 Hipotesis Kelima (C) .....	64
4.7 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	65
BAB 5 SIMPULAN .....	66
5.1 Simpulan .....	66
5.2 Implikasi Penelitian.....	68
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	68
5.2.2 Implikasi Praktis .....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	71
5.4 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN.....	85