

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1. Manfaat Akademis	13
1.5.2. Manfaat Praktis	13
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Perilaku Konsumen	15
2.1.2. Niat Beli	16
2.1.3. Komunikasi	17
2.1.4. Proses Komunikasi.....	18
2.1.5. Kredibilitas.....	18
2.1.6. Interaksi Parasosial.....	19
2.1.7. Daya Tarik Sosial.....	20
2.1.8. Daya Tarik Fisik.....	21
2.1.9. Homofili sikap.....	22
2.1.10. Media Sosial	22
2.1.11. Pemengaruh	23
2.2. Pengembangan Hipotesis	24

2.2.1.	Pengaruh Kredibilitas Pemengaruh pada Niat Beli Kendaraan Listrik	24
2.2.2.	Pengaruh Interaksi Parasosial Pemengaruh pada Niat Beli Kendaraan Listrik.....	24
2.2.3.	Pengaruh Daya Tarik Fisik Pemengaruh pada Interaksi Parasosial	24
2.2.4.	Pengaruh Daya Tarik Sosial Pemengaruh pada Interaksi Parasosial	25
2.2.5.	Pengaruh Homofili Sikap Pemengaruh pada Interaksi Parasosial ..	25
2.2.6.	Pengaruh Daya Tarik Fisik Pemengaruh pada Kredibilitas	25
2.2.7.	Pengaruh Homofili Sikap pada Kredibilitas Pemengaruh	26
2.3.	Model Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Metode Pengumpulan Data	28
3.3.	Populasi dan Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1.	Populasi	29
3.3.2.	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.3.3.	Ukuran Sampel.....	30
3.3.4.	Instrumen Penelitian.....	31
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran	31
3.4.1.	Daya Tarik Sosial.....	32
3.4.2.	Daya Tarik Fisik.....	32
3.4.3.	Homofili Sikap	32
3.4.4.	Interaksi Parasosial.....	33
3.4.5.	Kredibilitas.....	33
3.4.6.	Niat Beli	34
3.5.	Pengujian Instrumen	35
3.5.1.	Uji Validitas	35
3.5.2.	Uji Reabilitas.....	37
3.6.	Metode Analisis Data	37
3.6.1.	Uji Multikolinearitas	38
3.6.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.6.3.	Analisis Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	39
3.6.4.	Uji Relevansi Prediktif (Q^2)	39
3.6.5.	Pengujian Hipotesis.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Karakteristik Responden	41
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	43
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemengaruh yang Diikuti ..	44
4.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	45
4.3. Analisis Model PLS-SEM	48
4.3.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
4.3.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	54
4.4. Analisis Pengujian Hipotesis.....	57
4.4.1. Interpretasi Hipotesis	60
4.4.2. Ringkasan pengujian Hipotesis	63
4.5. Pembahasan	63
4.5.1. Hipotesis 1: Kredibilitas pemengaruh berpengaruh positif pada niat beli kendaraan listrik.....	63
4.5.2. Hipotesis 2: Interaksi parasosial pemengaruh berpengaruh positif pada niat beli kendaraan listrik.	65
4.5.3. Hipotesis 3: Daya tarik fisik pemengaruh berpengaruh positif pada interaksi parasosial.....	66
4.5.4. Hipotesis 4: Daya tarik sosial pemengaruh berpengaruh positif pada interaksi parasosial.	67
4.5.5. Hipotesis 5: Homofili sikap pemengaruh berpengaruh positif pada interaksi parasosial.....	67
4.5.6. Hipotesis 6: Daya tarik fisik pemengaruh berpengaruh positif pada kredibilitas.....	68
4.5.7. Hipotesis 7: Homofili sikap berpengaruh positif pada kredibilitas pemengaruh.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan	70
5.2. Implikasi penelitian.....	71
5.2.1. Implikasi Teoritis	71
5.2.2. Implikasi Praktis	72
5.3. Keterbatasan Penelitian	72

5.4. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78