

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Penghindaran Pemengaruh.....	13
2.2 Teori Pendekatan-Penghindaran (<i>Approach-Avoidance Theory</i>).....	15
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
2.4 Kerangka Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.2.1 Jenis Data Penelitian.....	20
3.2.2 Pemilihan Informan Penelitian.....	21
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.3 Instrumen Penelitian.....	22
3.4 Metode Analisis Data.....	23
3.5 Kualitas Keabsahan Penelitian.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Pelaksanaan Penelitian.....	28
4.2 Profil Informan.....	28
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	30
4.3.1 Faktor - Faktor Penghindaran Pemengaruh.....	32

4.3.1.1 Sikap Terhadap Pemengaruh (<i>Attitude towards Influencer</i>)....	33
4.3.1.2 Orientasi Komersial (<i>Commercial Orientation</i>).....	36
4.3.1.3 Kredibilitas Sumber (<i>Source of Credibility</i>).....	39
4.3.1.4 Relevansi Pribadi (<i>Personal Relevance</i>).....	43
4.3.2 Dampak Penghindaran Pada Hubungan Konsumen-Merek.....	48
4.3.2.1 Penghindaran Merek (<i>Brand Avoidance</i>).....	48
4.3.2.2 Ketidakpedulian Merek (<i>Brand Indifference</i>).....	50
BAB V SIMPULAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Implikasi Teoritis.....	58
5.3 Implikasi Manajerial.....	59
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.5 Saran Penelitian Selanjutnya.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil <i>Inter-rater Reliability</i>	27
Tabel 4.1 Profil Informan.....	29
Tabel 4.2 Kode dan Tematisasi.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pengguna Alat Pemblokir Iklan Internet.....	2
Gambar 1.2 Penurunan Follower Tasyi Athasyia.....	6
Gambar 1.3 Contoh Bentuk Penghindaran Pemengaruh.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	17
Gambar 4.1 <i>Thematic Map</i>	30

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA.....	64
LAMPIRAN II KODE DAN TEMATISASI.....	65