

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Pertanyaan Riset.....	16
1.4. Tujuan Riset .....	17
1.5. Lingkup Riset .....	17
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	19
2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1. Teori Sinyal.....	19
2.1.2. Teori Kredibilitas Sumber.....	20
2.1.3. Isyarat Heuristik .....	22
2.1.4. Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan .....	26
2.1.5. Keterlibatan Kategori .....	30
2.1.6. Motif Altruistik .....	32
2.1.7. Hubungan Parasosial.....	33
2.1.8. Otentisitas Merek yang Dirasakan .....	35
2.1.9. Sikap terhadap Konten yang Didukung .....	36
2.1.10. Pelibatan Merek .....	37
2.2. Pengembangan Hipotesis .....	38
2.2.1. Pengaruh Isyarat Heuristik pada Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan	38

2.2.2. Keterlibatan Kategori Memoderasi Hubungan antara Isyarat Heuristik dan Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan.....	40
2.2.3. Motif Altruistik yang Dirasakan Memoderasi Hubungan antara Isyarat Heuristik dan Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan.....	43
2.2.4. Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan Memediasi Hubungan Antara Hubungan Parasosial dan Otentisitas Merek.....	45
2.2.5. Otentisitas Merek yang Dirasakan Memediasi Hubungan antara Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan dan Sikap terhadap Konten yang Didukung.....	47
2.2.6. Otentisitas Merek yang Dirasakan Memediasi Hubungan antara Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan dan Pelibatan merek.....	49
2.3. Model Riset.....	51
<b>BAB III METODE RISET.....</b>	<b>55</b>
3.1. Pendekatan Riset.....	55
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	55
3.2.1. Isyarat Heuristik.....	56
3.2.2. Efikasi Pemengaruh yang Dirasakan.....	57
3.2.3. Keterlibatan Kategori.....	57
3.2.4. Motif Altruistik.....	58
3.2.5. Hubungan Parasosial.....	58
3.2.6. Otentisitas Merek yang Dirasakan.....	59
3.2.7. Sikap terhadap Konten yang Didukung.....	60
3.2.8. Pelibatan Merek.....	60
3.3. Desain Pengambilan Sampel.....	61
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel.....	61
3.3.2. Populasi dan Unit Sampel.....	61
3.3.3. Ukuran Sampel.....	62
3.3.4. Daerah Penyebaran Kuesioner.....	63
3.4. Skema Penyebaran Kuesioner.....	63
3.5. Profil Responden.....	63
3.6. Objek Riset.....	67
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	71
3.8. Instrumen Riset.....	72
3.9. Metode Analisis Data.....	73
3.9.1. Metode Analisis <i>SEM-PLS</i> .....	73
3.9.2. Evaluasi Model Pengukuran.....	74
3.9.3. Evaluasi Model Struktural.....	76
3.9.4. Penentuan Uji Kecocokan Model ( <i>Model Fit</i> ).....	76
3.9.5. Pengujian Hipotesis.....	77
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>79</b>

4.1.	Kualitas Data Penelitian .....	79
4.1.1.	Statistik Deskriptif .....	79
4.1.2.	Matriks Korelasi .....	81
4.2.	Evaluasi Model Pengukuran .....	82
4.2.1.	Uji Validitas Konvergen .....	83
4.2.2.	Uji Validitas Diskriminan .....	84
4.2.3.	Uji Reliabilitas .....	85
4.3.	Evaluasi Model Struktural.....	86
4.3.1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
4.3.2.	<i>F-square</i> ( $f^2$ ).....	88
4.4.	Uji Kecocokan Model ( <i>Model Fit</i> ).....	90
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	92
4.5.1.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama .....	94
4.5.2.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	98
4.5.3.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	102
4.5.4.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	106
4.5.5.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima .....	111
4.5.6.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam .....	117
4.6.	Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	122
BAB 5 KESIMPULAN.....		123
5.1.	Kesimpulan .....	123
5.2.	Implikasi Manajerial .....	126
5.3.	Keterbatasan Riset.....	130
5.4.	Arahan Riset Mendatang.....	130
DAFTAR PUSTAKA .....		132
LAMPIRAN.....		143