

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Praktis.....	10
1.5.2 Manfaat Teoritis	10
1.6 Lingkup Penelitian.....	11
1.6.1 Objek Penelitian	11
BAB II	12
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 E-WOM	12
2.1.2 <i>Influencer</i> Media Sosial.....	13

2.1.3 Kosmetik Mewah	15
2.1.4 Kredibilitas Sumber	16
2.1.5 Materialisme	18
2.1.6 Media Sosial	19
2.1.7 Media Sosial: TikTok	20
2.1.8 Niat Beli	21
2.2 Pengembangan Hipotesis	22
2.2.1 Pengaruh Daya Tarik terhadap Niat Beli	22
2.2.2 Pengaruh Keahlian terhadap Niat Beli.....	22
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli	23
2.2.4 Pengaruh Kredibilitas Sumber terhadap Niat Beli Dimoderasi oleh Materialisme	24
2.3 Model Penelitian.....	24
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel dan Pengambilan Sampel	28
3.3.3 Ukuran Sampel.....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel	29
3.4.1 Daya Tarik.....	29
3.4.2 Keahlian	30
3.4.3 Kepercayaan	31
3.4.4 Materialisme	32
3.4.5 Niat Beli	33
3.5 Instrumen Penelitian	34
3.6 Metode Analisis Data	35
3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	35
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	37
3.6.3 Pengujian Hipotesis	38
BAB IV	41

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Profil Responden	41
4.2 Statistik Deskriptif	43
4.3 Analisis Data	52
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
4.4 Pengujian Hipotesis	60
4.4.1 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	60
4.4.2 Ringkasan Pengujian Hipotesis	63
4.4.3 Pembahasan Hipotesis	66
BAB V	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi Manajerial	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	75
5.4 Rekomendasi Penelitian Mendatang	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengikut Influencer Kecantikan	4
Gambar 1. 2 Ulasan Produk Kosmetik Mewah di TikTok	5
Gambar 2. 1 Tipe Influencer Media Sosial.....	15
Gambar 2. 2 Model Penelitian	25
Gambar 3. 1 Diagram Jalur.....	39
Gambar 4. 1 Model Awal Penelitian.....	55
Gambar 4. 2 Model Akhir Penelitian	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel Daya Tarik.....	30
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Keahlian	31
Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel Kepercayaan.....	32
Tabel 3. 4 Pengukuran Variabel Materialisme.....	33
Tabel 3. 5 Pengukuran Variabel Niat Beli	34
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	41
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Berdasarkan Variabel.....	43
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Berdasarkan Butir Pengukuran Variabel	44
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Validitas.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji AVE	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji R-Square dan Adjusted R-Square.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji F-Square	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Path Coefficients Pengaruh Langsung.....	60
Tabel 4. 12 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	83
Lampiran 2. Data Besar Sampel.....	90