

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
HALAMAN PERSEMBAHAN	III
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR TABEL	VI
DAFTAR GAMBAR	VII
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
BAB 1	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis.....	17
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	29
1.3 PERTANYAAN RISET	31
1.4 TUJUAN PENELITIAN	32
1.5 LINGKUP RISET.....	33
1.5.1 Model Riset.....	33
1.5.2 Objek Riset.....	34
1.5.3 Lokasi Riset.....	35
1.5.4 Waktu Riset.....	36
BAB 2	38
2.1 PROFIL VARIABEL DAN TEORI DASAR.....	38
2.2 PENGARUH HUBUNGAN PARASOSIAL TERHADAP PELIBATAN PELANGGAN	56
2.3 PENGARUH HUBUNGAN PARASOSIAL TERHADAP PREFERENSI MEREK.	58
2.4 PENGARUH HUBUNGAN PARASOSIAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN.	59
2.5 EFEK MODERASI GETHOK TULAR ELEKTRONIK NEGATIF PADA PENGARUH PARASOSIAL TERHADAP PELIBATAN PELANGGAN.	60
2.6 EFEK MODERASI GETHOK TULAR ELEKTRONIK NEGATIF PADA PENGARUH PARASOSIAL TERHADAP PREFERENSI MEREK..	63
2.7 EFEK MODERASI GETHOK TULAR ELEKTRONIK NEGATIF PADA PENGARUH PARASOSIAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN.....	65
2.8 MODEL RISET	68
BAB 3	71
3.1 PENDEKATAN RISET	71
3.2 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN.....	72
3.2.1 Hubungan Parasosial	72
3.2.2 Pelibatan Pelanggan	73
3.2.3 Preferensi Merek.....	73
3.2.4 Niat Pembelian.....	74
3.2.5 Gethok Tular Elektronik Negatif.....	75
3.2.6 Pengungkapan Sponsor	75
3.3 DESAIN PENGAMBILAN SAMPEL.....	76
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	76
3.3.2 Populasi.....	76
3.3.3 Unit Sampel	77
3.3.4 Ukuran Sampel.....	78
3.3.5 Daerah Sebaran Kuesioner	78



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kredibilitas Pemengaruh: Pengaruh Pengungkapan Sponsor dan Gethok Tular Elektronik Negatif Pada

Hubungan Parasosial antara Pemengaruh Mikro dan Konsumen

Muhammad Erwan Cerentio Sawitrawaman, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

3.4 SKEMA PENYEBARAN KUESIONER	79
3.5 PROFIL RESPONDEN	79
3.6 OBYEK RISET	81
3.7 METODE PENGUMPULAN DATA.....	85
3.8 INSTRUMEN RISET	86
3.9 METODE ANALISIS DATA.....	87
3.9.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS).....	87
3.9.2 Model Pengukuran dan Model Struktural.....	88
3.9.3 Evaluasi Model Pengukuran.....	89
3.9.4 Evaluasi Model Struktural.....	93
3.9.5 Model Fit.....	94
3.9.6 Pengujian Hipotesis	94
BAB 4.....	96
4.1 KUALITAS DATA DALAM PENELITIAN.....	96
4.1.1 Statistik Deskriptif.....	96
4.1.2 Korelasi antar Variabel.....	97
4.2 EVALUASI MODEL PENGUKURAN	98
4.2.1 Uji Reliabilitas	98
4.2.2 Validitas Konvergen.....	99
4.2.3 Validitas Diskriminan	101
4.3 EVALUASI MODEL STRUKTURAL	102
4.4. Uji KETEPATAN MODEL.....	104
4.5 PENGUJIAN HIPOTESIS	104
4.5.1 Hipotesis Satu.....	108
4.5.2 Hipotesis Dua.....	110
4.5.3 Hipotesis Tiga.....	112
4.5.4 Hipotesis Empat	114
4.5.5 Hipotesis Lima	116
4.5.6 Hipotesis Enam.....	118
4.6 RINGKASAN PENGUJIAN HIPOTESIS	120
BAB 5.....	123
5.1 KESIMPULAN.....	123
5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	127
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN.....	131
5.4 ARAHAN RISET MENDATANG	132
REFERENSI	133
KUESIONER	139
LAMPIRAN ANALISI DATA	149

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1: PERSEBARAN PENGGUNA PLATFORM SOSIAL MEDIA DI INDONESIA	2
TABEL 1.2 PERSEBARAN PREFERENSI MEREK PADA PLATFORM SOSIAL MEDIA DI INDONESIA	5
TABEL 1.3 PERSEBARAN PENGARUH PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN	6
TABEL 1.4 POPULASI TINGKATAN PEMENGARUH PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	7
TABEL 1.5 DAFTAR HARGA JASA PROMOSI PEMENGARUH DI BERBAGAI TINGKAT DI INDONESIA.....	9
TABEL 3.1: BUTIR PENGUKURAN VARIABEL HUBUNGAN PARASOSIAL	72
TABEL 3.2: BUTIR PENGUKURAN VARIABEL PELIBATAN PELANGGAN	73
TABEL 3.3: BUTIR PENGUKURAN VARIABEL PREFERENSI MEREK	74
TABEL 3.4: BUTIR PENGUKURAN VARIABEL NIAT PEMBELIAN	74
TABEL 3.5: BUTIR PENGUKURAN VARIABEL GETHOK TULAR ELEKTRONIK NEGATIF	75
TABEL 3.6: BUTIR PENGUKURAN VARIABEL PENGUNGKAPAN SPONSOR	76
TABEL 3.7: PROFIL RESPONDEN.....	79
TABEL 4.1 STATISTIK DESKRIPTIF	96
TABEL 4.2 MATRIKS KORELASI	97
TABEL 4.3 CONSTRUCT RELIABILITY	99
TABEL 4.5 AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE).....	100
TABEL 4.6 FORNELL-LARKER CRITERION.....	101
TABEL 4.7 HETEROTRAIT-MONOTRAIT RATIO	101
TABEL 4.8 R SQUARE	102
TABEL 4.9 F SQUARE.....	103
TABEL 4.10 MODEL FIT.....	104
TABEL 4.11 PATH COEFFICIENTS.....	105
TABEL 4.12 RINGKASAN UJI HIPOTESIS.....	120

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1: MODEL RISET	70
GAMBAR 3.1: CONTOH PEMENGARUH TAMASYA.....	82
GAMBAR 3.2: CONTOH PEMENGARUH GAYA HIDUP	82
GAMBAR 3.3: CONTOH PEMENGARUH TOKOH PUBLIK.....	83
GAMBAR 3.4: CONTOH PEMENGARUH DENGAN AFILIASI PEMERINTAH	83
GAMBAR 3.5: CONTOH PEMENGARUH KECANTIKAN	84
GAMBAR 4.1: BAGAN PENELITIAN	106