

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	17
1.4. Tujuan Penelitian .....	18
1.5. Kontribusi Penelitian .....	18
1.5.1. Kontribusi Teoritis .....	19
1.5.2. Kontribusi Praktis .....	19
1.6. Ruang Lingkup .....	20
1.7. Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>22</b>
2.1. Landasan Teori .....	22
2.1.1. Teori Kredibilitas Sumber .....	22
2.1.2. Teori S-O-R .....	24
2.1.3. Keahlian .....	26
2.1.4. Sifat Dapat Dipercaya .....	27
2.1.6. Kedekatan .....	29
2.1.7. Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	30
2.1.8. Perilaku Pembelian Sebenarnya .....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	32
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	34
2.3.1. Pengaruh Keahlian pada Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	34
2.3.2. Pengaruh Sifat Dapat Dipercaya pada Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	35
2.3.3. Pengaruh Daya Tarik pada Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	36

2.3.4. Pengaruh Sikap Terhadap <i>Influencer</i> pada Perilaku Pembelian Sebenarnya.....	38
2.3.5. Peran Moderasi Kedekatan .....	39
2.4. Model Penelitian.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1. Desain Penelitian .....	47
3.2. Populasi dan Sampel .....	48
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	49
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4.1. Keahlian .....	50
3.4.2. Sifat Dapat Dipercaya .....	51
3.4.3. Daya Tarik.....	51
3.4.4. Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	52
3.4.5. Kedekatan .....	53
3.4.6. Perilaku Pembelian Sebenarnya.....	53
3.5. Metode Analisis Data .....	55
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	55
3.5.2. Analisis Kausal .....	56
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1. Hasil Pengumpulan Data .....	62
4.2. Karakteristik Responden .....	63
4.3. Pertanyaan Terbuka .....	65
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	67
4.4.1. Uji Validitas .....	69
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	77
4.5. Karakteristik Data Penelitian.....	78
4.6. Pengujian <i>Inner Model</i> .....	81
4.6.1. Uji Kelayakan Model.....	81
4.6.2. Uji Model Struktural.....	82
4.6.3. Uji Hipotesis .....	85
4.7. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	91
4.7.1. Keahlian pada Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	92

4.7.2. Sifat Dapat Dipercaya pada Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	94
4.7.3. Daya Tarik pada Sikap Terhadap <i>Influencer</i> .....	96
4.7.4. Sikap Terhadap <i>Influencer</i> pada Perilaku Pembelian Sebenarnya .....	98
4.7.5. Moderasi Kedekatan pada Keahlian pada Sifat Terhadap <i>Influencer</i> .....	100
4.7.6. Moderasi Kedekatan pada Sifat Dapat Dipercaya pada Sifat Terhadap <i>Influencer</i> .....	101
4.7.7. Moderasi Kedekatan pada Daya Tarik pada Sifat Terhadap <i>Influencer</i> .....	103
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
5.1. Simpulan .....	106
5.2. Implikasi .....	108
5.2.1. Implikasi Teoritis .....	108
5.2.2. Implikasi Praktis .....	110
5.3. Keterbatasan dan Saran Penelitian Mendatang .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>127</b>
<b>Lampiran 2. Hasil Kuesioner .....</b>	<b>136</b>
<b>Lampiran 3. Frekuensi Variabel .....</b>	<b>157</b>
<b>Lampiran 4. Hasil Uji Deskriptif .....</b>	<b>164</b>
<b>Lampiran 5. Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural .....</b>	<b>165</b>
<b>Lampiran 6. Pertanyaan Terbuka .....</b>	<b>170</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1. Item Pengukuran Keahlian .....	50
Tabel 3.2. Item Pengukuran Sifat Dapat Dipercaya .....	51
Tabel 3.3. Item Pengukuran Daya Tarik .....	51
Tabel 3.4. Item Pengukuran Sikap Terhadap Influencer .....	52
Tabel 3.5. Item Pengukuran Kedekatan .....	53
Tabel 3.6. Item Pengukuran Perilaku Pembelian Sebenarnya.....	54
Tabel 4.1. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian. ....	63
Tabel 4.2. Karakteristik Responden .....	64
Tabel 4.3. Uji Validitas Konvergen .....	71
Tabel 4.4. Uji Validitas Konvergen 2 .....	72
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell-Lacker .....	73
Tabel 4.6. Uji Validitas Diskriminan Cross-loadings .....	75
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Diskriminan Kriteria HTMT .....	76
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4.9. Batasan Kriteria Interval Nilai Rata-Rata .....	78
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif.....	79
Tabel 4.11. Uji Kelayakan Model .....	82
Tabel 4.12. Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF) .....	83
Tabel 4.13. Hasil R-Square .....	83
Tabel 4.14. Hasil F-Square.....	84
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung.....	86
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Variabel Moderasi .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Penjualan Retail Makanan dan Minuman Kemasan di Indonesia 2018-2022 .....	3
Gambar 1.2. Konten Konsumsi Makanan Sehat .....	8
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	46
Gambar 4.1. Daftar 10 Influencer Terbanyak Diikuti Oleh Responden.....	66
Gambar 4.2. Hasil Uji Algoritma .....	68
Gambar 4.3. Hasil Uji Algoritma 2 .....	69
Gambar 4.4. Hasil Pengujian Bootstrapping SmartPLS 3.0. ....	86