

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	3
DAFTAR TABEL	4
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2.. Pertanyaaan Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kebaruan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Kerangka Teori	15
2.2. Kerangka Konsep dan Model Penelitian	22
2.3. Definisi Operasional	25
2.4. Operasionalisasi Konsep.....	27
2.5. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Paradigma Penelitian	31
3.2. Metode Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5. Teknik Pengukuran Data	34
3.6. Teknik Analisis Data.....	35

3.6.1.	Analisis Deskriptif.....	35
3.6.2.	<i>Partial Least Square</i>	35
3.6.3.	Uji Hipotesis	40
3.7.	Limitasi Penelitian	44
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1.	Hasil Analisis Data	48
	Analisis Karakteristik Responden	48
4.1.1.	Analisis Deskriptif.....	50
4.1.2.	Analisis PLS-SEM.....	74
4.2.	Uji Hipotesis dan Analisis Jalur.....	88
4.2.1.	Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	89
4.2.2.	Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	91
4.2.3.	Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>)	92
4.3.	Pembahasan	93
4.3.1.	<i>Celebrity Worship</i> dalam Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> Produk OREO yang Berkolaborasi dengan Blackpink	99
4.3.2.	<i>Brand Attitude</i> Sebagai Variabel Intervening dalam Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> 101	
BAB V PENUTUP		107
5.1.	Kesimpulan	107
5.2.	Saran	108
DAFTAR PUSTAKA		111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk OREO x Blackpink	5
Gambar 2. 1. Model Penelitian	23
Gambar 3. 1. Model Diagram Jalur Penelitian	42
Gambar 3. 2. Model Pengaruh Langsung	43
Gambar 3. 3. Model Pengaruh Tidak Langsung	43
Gambar 4. 1. K-Pop's Group Blackpink	46
Gambar 4. 2. Akun X @Blink_OFCINDO	47
Gambar 4. 3. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel X	53
Gambar 4. 4. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Y	62
Gambar 4. 5. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Z	68
Gambar 4. 6. Model PLS Penelitian	74

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1. 1 Rekap Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.1.1. 2 Rekap Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.1.2.1 Rumus Kategorisasi Variabel Penelitian.....	51
Tabel 4.1.2. 2 Perhitungan Kelas Interval, Rentang Data, dan Panjang Kelas Variabel X..	52
Tabel 4.1.2.3 Distribusi Frekuensi Variabel X.....	52
Tabel 4.1.2 4 Perhitungan Kategorisasi Variabel X	54
Tabel 4.1.2.5 Kategori Kecenderungan Variabel X	55
Tabel 4.1.2.6 Rekap Data Jawaban Responden Pada Item Pernyataan Variabel X	56
Tabel 4.1.2.7 Perhitungan Kelas Interval, Rentang Data, dan Panjang Kelas Variabel Y ..	60
Tabel 4.1.2.8 Distribusi Frekuensi Variabel Y	61
Tabel 4.1.2.9 Perhitungan Kategorisasi Variabel Y	62
Tabel 4.1.2.10 Kategori Kecenderungan Variabel Y	63
Tabel 4.1.2.11 Rekap Data Responden Pada Item Pernyataan Variabel Y	64
Tabel 4.1.2.12 Perhitungan Kelas Interval, Rentang Data, dan Panjang Kelas Variabel Z	67
Tabel 4.1.2.13 Distribusi Frekuensi Variabel Z	68
Tabel 4.1.2.14 Perhitungan Kategorisasi Variabel Z	69
Tabel 4.1.2.15 Kategori Kecenderungan Variabel Z.....	70
Tabel 4.1.2.16 Rekap Data Jawaban Responden Pada Item Pernyataan Variabel Z	71
Tabel 4.1.3.1.1 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Nilai Loading Factor	75
Tabel 4.1.3.1.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Nilai AVE.....	78
Tabel 4.1.3.1.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan Berdasarkan Cross Loading	79
Tabel 4.1.3.1.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan Berdasarkan Nilai Fornell Larcker Criterion.....	82
Tabel 4.1.3.1.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.1.3.2.1 Hasil Perhitungan R square.....	84
Tabel 4.1.3.2.2 Hasil Perhitungan F square	85
Tabel 4.1.3.2.3 Hasil Perhitungan Model Fit Berdasarkan Nilai SRMR.....	87

Tabel 4.2.1 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	89
Tabel 4.2.2.1 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	91
Tabel 4.2.3.1 Uji Hipotesis Pengaruh Total	92