

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II KAJIAN LITERATUR	16
2.1 Kredibilitas Sumber.....	16
2.2 Kepercayaan	17
2.3 Keahlian.....	17
2.4 Daya Tarik.....	18
2.5 Sikap Terhadap Merek	18
2.6 Niat Pemesanan	19
2.7 Pengembangan Hipotesis	20
2.7.1 Kepercayaan Pemengaruh dan Niat Pemesanan	20
2.7.2 Keahlian Pemengaruh dan Niat Pemesanan.....	21
2.7.3 Daya Tarik Pemengaruh dan Niat Pemesanan	21
2.7.4 Kepercayaan Pemengaruh dan Sikap terhadap Merek.....	22
2.7.5 Keahlian Pemengaruh dan Sikap terhadap Merek	23
2.7.6 Daya Tarik Pemengaruh dan Sikap terhadap Merek.....	23
2.7.7 Sikap terhadap Merek dan Niat Pemesanan.....	24

2.8	Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Desain Penelitian	28
3.2	Definisi Operasional Variabel	28
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.4	Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.5	Instrumen Penelitian.....	32
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian.....	33
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	34
3.7	Uji Awal Instrumen Penelitian	35
3.8	Metode Analisis Data	37
3.8.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	38
3.8.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	38
3.9	Prosedur Pengujian Hipotesis.....	39
3.9.1	Menetapkan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)	39
3.9.2	Memilih Uji Statistik.....	39
3.9.3	Memilih Tingkat Signifikansi	39
3.9.4	Nilai T-hitung, Nilai Kritis, dan Interpretasi Pengujian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Deskripsi Data	41
4.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
4.2.1	Analisis Uji Validitas	42
4.2.1.1	Validitas Konvergen.....	42
4.2.1.2	Validitas Diskriminan.....	45
4.2.2	Analisis Uji Reliabilitas	46
4.3	Karakteristik Responden	47
4.3.1	Jenis Kelamin	47
4.3.2	Usia	48
4.3.3	Domisili.....	49
4.3.4	Profesi	50
4.3.5	Frekuensi Penggunaan TikTok dalam Sehari	51
4.3.6	Rata-Rata Penghasilan dalam Sebulan.....	52
4.3.7	Rata-Rata Pengeluaran dalam Sebulan	53

4.4	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	54
4.4.1	Kepercayaan Pemengaruh	54
4.4.2	Keahlian Pemengaruh	55
4.4.3	Daya Tarik Pemengaruh.....	57
4.4.4	Sikap terhadap Merek	58
4.4.5	Niat Pemesanan	60
4.5	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	61
4.6	Pengujian Hipotesis	62
4.6.1	Uji Hipotesis: Kepercayaan Pemengaruh pada Niat Pemesanan	63
4.6.2	Uji Hipotesis: Keahlian Pemengaruh pada Niat Pemesanan.....	64
4.6.3	Uji Hipotesis: Daya Tarik Pemengaruh pada Niat Pemesanan	64
4.6.4	Uji Hipotesis: Kepercayaan Pemengaruh pada Sikap terhadap Merek	65
4.6.5	Uji Hipotesis: Keahlian Pemengaruh pada Sikap terhadap Merek .	65
4.6.6	Uji Hipotesis: Daya Tarik Pemengaruh pada Sikap terhadap Merek	66
4.6.7	Uji Hipotesis: Sikap terhadap Merek pada Niat Pemesanan.....	66
4.7	Pembahasan	67
4.7.1	Pengaruh Kepercayaan Pemengaruh pada Niat Pemesanan	67
4.7.2	Pengaruh Keahlian Pemengaruh pada Niat Pemesanan.....	68
4.7.3	Pengaruh Daya Tarik Pemengaruh pada Niat Pemesanan	69
4.7.4	Pengaruh Kepercayaan Pemengaruh pada Sikap terhadap Merek..	70
4.7.5	Pengaruh Keahlian Pemengaruh pada Sikap terhadap Merek	71
4.7.6	Pengaruh Daya Tarik Pemengaruh pada Sikap terhadap Merek.....	72
4.7.7	Pengaruh Sikap terhadap Merek pada Niat Pemesanan.....	73
4.8	Analisis Peran Mediator	74
BAB V KESIMPULAN		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Implikasi Manajerial.....	78
5.3	Keterbatasan Penelitian	80
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		86

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Isi.....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Muatan Faktor dengan N=212.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Average Variance Extracted (AVE).....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	49
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	50
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan TikTok dalam Sehari.....	51
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Dalam Sebulan.....	52
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Dalam Sebulan.....	53
Tabel 4.12 Deskripsi Indikator Variabel Kepercayaan Pemengaruh.....	54
Tabel 4.13 Deskripsi Indikator Variabel Keahlian Pemengaruh.....	56
Tabel 4.14 Deskripsi Indikator Variabel Daya Tarik Pemengaruh.....	57
Tabel 4.15 Deskripsi Indikator Variabel Sikap terhadap Merek.....	59
Tabel 4.16 Deskripsi Indikator Variabel Niat Pemesanan.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji R Kuadrat.....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	63
Tabel 4.19 Hasil Pengaruh Tidak Langsung.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Populasi Internet Terbesar di Dunia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna TikTok berdasarkan Negara.....	3
Gambar 1.3 Platform yang paling banyak digunakan oleh merek pemengaruh pemasaran.....	5
Gambar 1.4 Alasan konsumen tidak membeli produk yang didukung oleh pemengaruh di Indonesia	6
Gambar 2.1 Model Penelitian Al-Mu'ani dkk. (2023).....	24
Gambar 2.2 Model Penelitian Zhao dkk. (2024).....	25
Gambar 2.3 Model Penelitian yang diusulkan	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2. Karakteristik Responden (N= 212).....	95
Lampiran 3. Data Penelitian.....	98
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dengan Faktor Loading.....	100
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Konvergen berdasarkan AVE dan Uji Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	101
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	101
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	102
Lampiran 8. Hasil Pengaruh Tidak Langsung.....	102
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	102