

KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah	10
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Lingkup Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar	14
2.1.1 Teori Dasar.....	14
2.1.2 Profil Setiap Variabel.....	16
2.2 Pengaruh Kesesuaian antara Pemengaruh dengan Konten terhadap Keterikatan Konsumen pada Pemengaruh	24
2.3 Pengaruh Kesesuaian antara Pemengaruh dengan Konten terhadap Keterikatan Konsumen pada Konten	25
2.4 Pengaruh Interaktivitas Pemengaruh terhadap Keterikatan Konsumen pada Pemengaruh.....	26
2.5 Pengaruh Profesionalisme Pemengaruh terhadap Keterikatan Konsumen pada Pemengaruh.....	27
2.6 Pengaruh Relevansi Konten terhadap Keterikatan Konsumen pada Konten ...	29
2.7 Pengaruh Kredibilitas Konten terhadap Keterikatan Konsumen pada Konten	30
2.8 Pengaruh Keterikatan Konsumen pada Pemengaruh terhadap Niat Beli Konsumen.....	31

2.9 Pengaruh Keterikatan Konsumen pada Konten terhadap Niat Beli Konsumen

32

2.10 Model Penelitian	33
BAB III METODE RISET.....	35
3.1 Pendekatan Riset	35
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.2.1 Kesesuaian antara Pemengaruh dengan Konten	36
3.2.2 Interaktivitas Pemengaruh	36
3.2.3 Profesionalisme Pemengaruh	37
3.2.4 Relevansi Konten	38
3.2.5 Kredibilitas Konten	38
3.2.6 Keterikatan Konsumen pada Pemengaruh	39
3.2.7 Keterikatan Konsumen pada Konten	39
3.2.8 Niat Beli Konsumen	40
3.2.9 Pengukuran	41
3.3 Desain Pengambilan Sampel	41
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	41
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	42
3.3.3 Ukuran Sampel	44
3.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner	44
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner	45
3.5 Karakteristik Responden	46
3.6 Objek Riset	48
3.7 Metode Pengambilan Data	49
3.8 Instrumen Riset	50
3.9 Metode Analisis Data	50
3.9.1 Metode Analisis SEM-PLS	50
3.9.2 Evaluasi Model Pengukuran	51
3.9.3 Evaluasi Model Struktural	53
3.9.4 Kesesuaian Model	54
3.9.5 Pengujian Hipotesis	56
BAB IV ANALISIS DATA.....	57
4.1 Kualitas Data Penelitian	57
4.1.1 Statistik Deskriptif	57

4.1.2	Matriks Korelasi.....	58
4.2	Evaluasi Model Pengukuran	59
4.2.1	Uji Reliabilitas	59
4.2.2	Uji Validitas Konvergen	60
4.2.3	Uji Validitas Diskriminan	62
4.3	Evaluasi Model Struktural.....	63
4.3.1	R Square (R^2)	63
4.3.2	F Square (f^2).....	64
4.4	Goodness of Fit Model.....	65
4.5	Pengujian Hipotesis.....	66
4.5.1	Hipotesis Pertama	68
4.5.2	Hipotesis Kedua	70
4.5.3	Hipotesis Ketiga.....	72
4.5.4	Hipotesis Keempat	74
4.5.5	Hipotesis Kelima.....	76
4.5.6	Hipotesis Keenam	78
4.5.7	Hipotesis Ketujuh.....	81
4.5.8	Hipotesis Kedelapan	83
4.6	Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	85
BAB V KESIMPULAN.....		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Implikasi Manajerial	91
5.3	Keterbatasan Penelitian	96
5.4	Arahan Penelitian Mendatang	97
DAFTAR REFERENSI		98
LAMPIRAN.....		100