

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Riset	9
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 11	11
2.1. Kredibilitas Pemengaruh	11
2.2. Pemasaran Video Pendek.....	13
2.3. Niat Pembelian.....	14
2.4. Konten video.....	15
2.5. Antropomorfisme Merek	16
2.6. Sikap terhadap Merek	17
2.7. Pengembangan Hipotesis.....	18
2.7.1. Pengaruh kredibilitas pemengaruh di Tiktok pada niat pembelian produk kosmetik.....	18
2.7.2. Pengaruh konten video di Tiktok pada niat pembelian produk kosmetik	19
2.7.3. Pengaruh antropomorfisme merek di Tiktok pada niat pembelian produk kosmetik.....	19
2.7.4. Pengaruh kredibilitas pemengaruh pada sikap terhadap merek produk kosmetik	20
2.7.5. Pengaruh sikap terhadap merek pada niat pembelian produk kosmetik	21
2.7.6. Sikap terhadap merek memediasi hubungan antara kredibilitas pemengaruh dan niat pembelian.....	21
2.8. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian	23

3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.1. Kredibilitas Pemengaruh.....	23
3.2.2. Konten Video	25
3.2.3. Antropomorfisme Merek.....	26
3.2.4. Sikap terhadap Merek	26
3.2.5. Niat Pembelian.....	27
3.3. Desain Pengambilan Sampel	27
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel	27
3.3.2. Populasi dan Sampel	28
3.3.3. Ukuran Sampel	28
3.3.4. Lokasi Penelitian.....	29
3.4. Objek Penelitian.....	29
3.5. Instrumen Penelitian	29
3.5.1. Validitas Muka	30
3.5.2. Validitas Konten.....	30
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1. Metode Pengujian Model Pengukuran (Uji Model Luar).....	33
3.7.2. Metode Pengujian Model Struktural (Uji Model Dalam).....	35
3.7.3. Metode Pengujian Hipotesis	36
3.8. Pengujian Mediasi	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Hasil Pengumpulan Data	39
4.2. Karakteristik Responden.....	40
4.2.1. Jenis Kelamin Responden	40
4.2.2. Usia Responden	40
4.2.3. Status Responden.....	41
4.2.4. Domisili Responden.....	42
4.2.5. Pendapatan per Bulan	43
4.3. Analisis Pengujian Model Pengukuran (Uji Model Luar).....	43
4.3.1. Uji Validitas	43
4.3.2. Uji Reliabilitas	49
4.4. Statistik Deskriptif.....	50
4.5. Analisis Pengujian Model Struktural (Uji Model Dalam).....	52
4.5.1. Uji Multikolinearitas.....	52
4.5.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.5.3. Uji Efek (F^2).....	54
4.5.4. Uji Relevansi Prediktif (Q^2).....	56
4.6. Pengujian Hipotesis	56
4.6.1. Uji Hipotesis Pertama	57
4.6.2. Uji Hipotesis Kedua.....	58
4.6.3. Uji Hipotesis Ketiga.....	59
4.6.4. Uji Hipotesis Keempat.....	59

4.6.5. Uji Hipotesis Kelima	60
4.6.6. Uji Hipotesis Keenam	60
4.7. Ringkasan Pengujian Hipotesis	62
4.8. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Keterbatasan Penelitian	68
5.3. Implikasi Manajerial	69
5.4. Saran Penelitian Mendatang	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	76