

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Social Media Influencer</i>	14
2.1.2 <i>Source Credibility Theory</i>	15
2.1.3 <i>Celebrity Entrepreneurship</i>	19
2.1.4 Sikap terhadap Merek	20
2.1.5 Niat Pembelian	22
2.2 Tinjauan Riset Terdahulu.....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh Daya Tarik pada Keahlian.....	27
2.3.2 Pengaruh Daya Tarik pada Kepercayaan	27
2.3.3 Pengaruh Daya Tarik pada Sikap terhadap Merek.....	28
2.3.4 Pengaruh Daya Tarik pada Niat Pembelian	29
2.3.5 Pengaruh Keahlian pada Kepercayaan.....	30

2.3.6	Pengaruh Keahlian pada Sikap terhadap Merek	30
2.3.7	Pengaruh Keahlian pada Niat Pembelian.....	31
2.3.8	Pengaruh Kepercayaan pada Sikap terhadap Merek.....	32
2.3.9	Pengaruh Kepercayaan pada Niat Pembelian	33
2.3.10	Pengaruh Sikap terhadap Merek pada Niat Pembelian	34
2.4	Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	36
3.2.1	Daya Tarik Pemengaruh.....	37
3.2.2	Keahlian Pemengaruh	37
3.2.3	Kepercayaan Pemengaruh.....	38
3.2.4	Sikap terhadap Merek	39
3.2.5	Niat Pembelian	40
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel.....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data	42
3.5	Instrumen Penelitian.....	43
3.6	Skala Pengukuran.....	43
3.7	Metode Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
3.7.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
3.8	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	49
4.2	Profil Responden.....	49
4.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	51
4.3.1	Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
4.3.2	Hasil Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
4.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	62

4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	65
4.5.1	Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	67
4.5.2	Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	68
4.5.3	Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	68
4.5.4	Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	69
4.5.5	Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	70
4.5.6	Hasil Pengujian Hipotesis Keenam	70
4.5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh	71
4.5.8	Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan	71
4.5.9	Hasil Pengujian Hipotesis Kesembilan	72
4.5.10	Hasil Pengujian Hipotesis Kesepuluh	73
4.6	Hasil Pengujian Pemediasi	73
4.6.1	Hasil Pengujian Hipotesis Kesebelas	75
4.6.2	Hasil Pengujian Hipotesis Kedua belas.....	75
4.6.3	Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga belas	76
4.7	Pembahasan Hipotesis.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Simpulan	84
5.2	Implikasi Manajerial	88
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram dan Tiktok Tasya Farasya.....	3
Gambar 1.2 Akun YouTube Tasya Farasya.....	4
Gambar 1.3 Label Tasya Farasya Approved pada Produk Somethinc	4
Gambar 1.4 Produk MOP Beauty Pemenang Penghargaan Best of Beauty	5
Gambar 2.1 Pengkategorian Pemengaruh.....	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 <i>Path Coefficient</i>	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Riset Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Pertanyaan Penelitian Daya Tarik.....	37
Tabel 3.2 Indikator Penelitian Keahlian.....	38
Tabel 3.3 Indikator Penelitian Kepercayaan	39
Tabel 3.4 Indikator Penelitian Sikap Terhadap Merek	40
Tabel 3.5 Indikator Penelitian Niat Pembelian	40
Tabel 4.1 Profil Responden.....	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Outer Loading.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji AVE.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Cross Loading.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Fornell-Larcker.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Efek.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Kekuatan Prediksi.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Mediasi	75