

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN (F1)	ii
LEMBAR PERSETUJUAN (F2)	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI (F3)	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.5.1 Model Penelitian	8
1.5.2 Objek Penelitian	8
1.5.3 Lokasi Penelitian	8
1.5.4 Waktu Penelitian	9
1.6 Kontribusi Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Advertising Response Modelling (ARM)	13

2.1.2.1 Rute Persuasi Sentral	14
2.1.2.2 Rute Persuasi Periferal	14
2.1.3 Beauty Vlogger	15
2.1.4 Video Ulasan Beauty Vlogger	17
2.1.5 Teori Kredibilitas Sumber	19
2.1.6 Sikap Konsumen	21
2.2 Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Pengaruh keahlian seorang beauty vlogger pada kepercayaan terhadap beauty vlogger	23
2.2.2 Pengaruh kepercayaan terhadap beauty vlogger pada sikap terhadap video ulasan	23
2.2.3 Pengaruh sikap terhadap video ulasan pada sikap terhadap merk	24
2.3 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	27
3.2.1 Keahlian	27
3.2.2 Kepercayaan	28
3.2.3 Sikap terhadap video ulasan	28
3.2.4 Sikap terhadap merk	29
3.3 Desain Pengambilan Sampel	29
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	29
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	30
3.3.3 Ukuran Sampel	30
3.3.4 Lokasi Penelitian	31
3.4 Obyek Penelitian	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	34

3.6 Instrumen Riset	34
3.7 Metode Analisis Data	35
3.7.1. Partial Least Square	35
3.7.2. Metode Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	36
3.7.2.1 Uji Validitas	36
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	38
3.7.3. Metode Pengujian Model Struktural (Inner Model)	38
3.7.3.1 R-square	38
3.7.3.2 Uji Hipotesis	39
BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA	40
4.1 Hasil Pengumpulan Data	40
4.2 Karakteristik Responden	41
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengetahuannya	41
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	43
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	44
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	46
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
4.3 Analisis Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	50
4.3.1. Uji Validitas	50
4.3.1.1. Uji Validitas Konvergen	50
4.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.4 Statistik Deskriptif	54
4.5 Analisis Pengujian Model Struktural (Inner Model)	57
4.5.1. R-square (Koefisien Determinasi)	57
4.5.2. Uji Hipotesis	58

4.5.3 Hasil Ringkasan Uji Hipotesis	62
4.6 Pembahasan	62
4.6.1 Keahlian seorang beauty vlogger secara positif mempengaruhi kepercayaan terhadap beauty vlogger	62
4.6.2 Kepercayaan pada seorang beauty vlogger secara positif mempengaruhi sikap terhadap video ulasan beauty vlogger	63
4.6.3 Sikap terhadap video ulasan beauty vlogger berpengaruh positif pada sikap terhadap merk	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5. 3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	74