



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.6 Lingkup Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.2 Iklan .....	12
2.1.3 Kredibilitas Sumber .....	16
2.1.4 Niat Berperilaku .....	18



2.2	Kajian Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Hipotesis Penelitian .....	20
2.4	Model Penelitian .....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Desain Penelitian .....	24
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.2.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	24
3.3	Populasi dan Sampel .....	25
3.3.1	Populasi .....	25
3.3.2	Metode Pengambilan Sampel .....	25
3.4	Definisi Operasional Penelitian .....	26
3.5	Instrumen Penelitian .....	28
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian .....	28
3.6.1	Uji Validitas .....	28
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.7	Analisis Data dan metode Pengujian Hipotesis .....	32
3.7.1	Uji Asumsi Klasik .....	32
3.7.2	Pengujian Hipotesis .....	33

### **BAB IV ANALISIS DATA**

4.1	Analisis Deskriptif Profil Responden .....	36
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Selebgram Yang Diketahui ..	36
4.2	Statistik Deskriptif .....	38
4.2.1	Variabel Kepercayaan .....	38



4.2.2	Variabel Keahlian .....	39
4.2.3	Variabel Daya Tarik .....	40
4.2.4	Variabel Kesesuaian Antara Selebgram Dengan Produk Yang Didukung .....	41
4.2.5	Niat Berperilaku .....	41
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	42
4.3.1	Uji Normalitas .....	42
4.3.2	Uji Multikolineritas .....	42
4.4	Pengujian Hipotesis .....	44
4.4.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R-Square</i> ) .....	44
4.4.2	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	45
4.4.3	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	46
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	47
4.5.1	Uji Hipotesis 1 .....	48
4.5.2	Uji Hipotesis 2 .....	48
4.5.3	Uji Hipotesis 3 .....	49
4.5.4	Uji Hipotesis 4 .....	49
4.6	Pembahasan .....	50
4.6.1	Pengaruh Kepercayaan pada Niat Berinvestasi .....	50
4.6.2	Pengaruh Keahlian pada Niat Berinvestasi Saham .....	51
4.6.3	Pengaruh Daya Tarik pada Niat Berinvestasi Saham .....	53
4.6.4	Pengaruh Kesesuaian antara Selebgram dengan Produk yang didukung pada Niat Berinvestasi Saham .....	54



## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan .....	56
5.2	Implikasi Manajerial .....	57
	<b>LAMPIRAN</b> .....	63

## **DAFTAR PUSTAKA**