

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	18
1.3. Pertanyaan Riset.....	20
1.4. Tujuan Riset	21
1.5. Lingkup Riset.....	21
BAB II.....	23
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	23
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2. Pemasaran Pemberi Pengaruh (Influencer Marketing)	26
2.2.1. Peranan Pemberi Pengaruh (Influencer)	30
2.2.2. Pemberi Pengaruh (Influencer) di Instagram	31
2.3. Model Kredibilitas Sumber (Model Source Credibility)	33
2.3.1. Daya Tarik.....	34
2.3.2. Tingkat Kepercayaan	36
2.3.3. Keahlian	37
2.4. Kesan Merek	39

2.5. Niat Beli	43
2.5.1. Unsur Niat Beli	45
2.6. Hubungan antara Daya Tarik Pemberi Pengaruh (Influencer) dan Kesan Merek	47
2.7. Hubungan antara Tingkat Kepercayaan Pemberi Pengaruh (Influencer) dan Kesan Merek	49
2.8. Hubungan antara Keahlian Pemberi Pengaruh (Influencer) dan Kesan Merek	51
2.9. Hubungan antara Kesan Merek dan Niat Beli.....	53
2.10. Hubungan antara Daya Tarik Pemberi Pengaruh (Influencer) dan Niat Beli	56
2.11. Hubungan antara Tingkat Kepercayaan Pemberi Pengaruh (Influencer) dan Niat Beli	58
2.12. Hubungan antara Keahlian Pemberi Pengaruh (Influencer) dan Niat Beli	60
2.13. Model Riset	62
BAB III.....	65
METODE PENELITIAN.....	65
3.1. Strategi Riset	65
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	66
3.2.1. Daya Tarik (Attractiveness)	66
3.2.2. Tingkat Kepercayaan (Trustworthiness).....	67
3.2.3. Keahlian (Expertise).....	68
3.2.4. Kesan Merek (Brand Image).....	68
3.2.5. Niat Beli (Purchase Intention).....	69
3.3. Skala Pengukuran.....	70
3.4. Desain Pengambilan Sampel.....	71
3.4.1. Metode Pengambilan Sampel.....	71
3.4.2. Populasi dan Unit Sampel	72
3.4.3. Ukuran Sampel.....	73
3.4.4. Daerah Penyebaran Kuesioner	74

3.5. Skema Penyebaran Kuesioner.....	74
3.6. Profil Responden.....	75
3.7. Obyek Riset.....	79
3.8. Metode Pengumpulan Data.....	90
3.9. Instrumen Riset	91
3.9.1. Pendahuluan atau Penjelasan Singkat terkait Penelitian.....	91
3.9.2. Identitas Responden	91
3.9.3. Isi Kuesioner	92
3.9.4. Penutup Kuesioner	92
3.10. Pengujian Instrumen.....	92
3.10.1. Uji Validitas	92
3.10.2. Uji Reliabilitas	96
3.11. Metode Analisis Data.....	97
3.11.1. Analisis Deskriptif	98
3.11.2. Model Pengukuran (Outer Model).....	98
3.11.3. Model Struktural (Inner Model).....	101
3.11.4. Uji Goodness of Fit (GoF)	101
3.11.5. Koefisien Jalur	102
3.11.6. Uji Hipotesis.....	102
BAB IV	104
ANALISIS DATA	104
4.1. Kualitas Data Penelitian.....	104
4.1.1. Statistik Deskriptif	104
4.1.2. Matriks Korelasi Antar Variabel.....	106
4.2. Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit Model)	107
4.2.1. Model Fit.....	107
4.2.2. Uji Koefisien Jalur (Path Coefficient).....	108
4.2.3. R Square (R ²)	109
4.3. Hasil Pengujian Hipotesis	110
4.3.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	110
4.3.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	113

4.3.3 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	116
4.3.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	119
4.3.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	122
4.3.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam.....	125
4.3.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh	129
4.4. Tabel Hasil	132
BAB V.....	135
KESIMPULAN.....	135
5.1. Kesimpulan	135
5.2. Implikasi Manajerial	138
5.3. Keterbatasan Riset.....	141
5.4. Arahan Riset Mendatang.....	142
DAFTAR PUSTAKA	143
Lampiran	149