

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Kerangka Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Profil APDC Indonesia.....	10
2.1.2 Visi & Misi	10
2.1.3 Struktur Organisasi.....	11
2.1.4 Produk	12
2.2 Kajian Teori.....	18
2.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	18
2.2.2 Pengertian <i>Influencer</i>	20
2.2.3 Kredibilitas Influencer	21
2.2.5 Tujuan Umum Influencer Marketing.....	24
2.2.6 Jenis-jenis <i>Influencer</i>	25
2.3 Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	26

2.3.1 Pengertian Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	26
2.3.2 Tahapan Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	27
2.3.3 Indikator Minat Beli	29
2.4 Penelitian Terdahulu.....	30
2.5 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metodologi Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Definisi Operasional Variabel	34
3.4 Alat Ukur	35
3.5 Populasi dan Sampel	38
3.5.1 Populasi	38
3.5.2 Sampel	38
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	40
3.6.2 Uji Instrumen.....	42
3.6.2.1 Uji Validitas	42
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.7 Uji Asumsi Klasik	43
3.7.1 Uji Normalitas Data.....	43
3.7.2 Uji Multikolinieritas	43
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.9 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	45
3.10 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	45
3.11 Uji Variabel Prediktor	45
3.11.1 Sumbangan Efektif	46
3.11.2 Sumbangan Relatif	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Penggunaan <i>Influencer</i> pada APDC Indonesia.....	47
4.2 Uji Instrumen.....	48
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	50

4.3 Analisis Deskriptif.....	51
4.3.1 Karakteristik Responden	51
4.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Responden	54
4.4 Analisis Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	57
4.4.2 Uji Multikolonieritas	59
4.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	60
4.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	62
4.7 Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	63
4.8 Uji Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif	63
4.8.1 Hasil Sumbgan Efektif	65
4.8.2 Hasil Sumbangan Relatif.....	66
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73