

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1. Tinjauan konsumen	5
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Lingkup Penelitian.....	10
1.5.1. Model penelitian.....	10
1.5.2. Objek penelitian	10
1.5.3. Lokasi penelitian	10
1.5.4. Waktu penelitian.....	11

BAB II DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Influencer</i> sebagai <i>human brand</i>	12
2.1.2. Fitur unik interaktivitas <i>influencer</i>	15
2.2. Profil Setiap Variabel	16
2.2.1. Loyalitas terhadap <i>influencer</i>	17
2.2.2. Interaktivitas <i>influencer</i>	18
2.2.3. Keaslian <i>influencer</i> (<i>influencer authenticity</i>)	18
2.2.4. Kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	19
2.2.5. Keterikatan emosional	20
2.3. Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1. Hubungan antara interaktivitas <i>influencer</i> dan keaslian <i>influencer</i>	20
2.3.2. Hubungan antara interaktivitas <i>influencer</i> dan keterikatan emosional	22
2.3.3. Hubungan antara interaktivitas <i>influencer</i> dan kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	24
2.3.4. Hubungan antara keaslian <i>influencer</i> dan keterikatan emosional ..	25
2.3.5. Hubungan antara keaslian <i>influencer</i> dan kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	26
2.3.6. Hubungan antara keterikatan emosional dan loyalitas terhadap <i>influencer</i>	27
2.3.7. Hubungan antara keterikatan emosional dan kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	28
2.3.8. Hubungan antara kepercayaan terhadap <i>influencer</i> dan loyalitas terhadap <i>influencer</i>	29
2.3.9. Model penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Strategi Riset	33
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran	33
3.2.1. Interaktivitas <i>influencer</i>	34
3.2.2. Keaslian <i>influencer</i>	35
3.2.3. Keterikatan emosional	35
3.2.4. Kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	36
3.2.5. Loyalitas terhadap <i>influencer</i>	37
3.3. Desain Pengambilan Sampel	38
3.4. Obyek Riset	39
3.5. Metode Pengumpulan Data	41
3.6. Instrumen Riset	41
3.7. Pengujian Instrumen	42
3.8. Analisis Data	42
3.8.1. Metode analisis data	42
3.8.2. Spesifikasi model penelitian	44
3.8.3. Evaluasi model luar (<i>outer model evaluation</i>)	46
3.8.4. Evaluasi model dalam (<i>inner model evaluation</i>)	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Deskripsi Data	54
4.1.1. Demografi responden	54
4.1.2. Spesifikasi model penelitian.....	59
4.1.3. Evaluasi model luar (<i>outer model evaluation</i>)	60
4.1.4. Evaluasi model dalam (<i>inner model evaluation</i>).....	70
4.2. Pembahasan	81
4.2.1. Pengaruh interaktivitas <i>influencer</i> pada keaslian <i>influencer</i>	85
4.2.2. Pengaruh interaktivitas <i>influencer</i> pada keterikatan emosional	86
4.2.3. Pengaruh interaktivitas <i>influencer</i> pada kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	88
4.2.4. Pengaruh keaslian <i>influencer</i> pada keterikatan emosional.....	89
4.2.5. Hubungan antara keaslian <i>influencer</i> dan kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	91
4.2.6. Pengaruh keterikatan emosional pada loyalitas terhadap <i>influencer</i>	92
4.2.7. Pengaruh keterikatan emosional pada kepercayaan terhadap <i>influencer</i>	94
4.2.8. Pengaruh kepercayaan terhadap <i>influencer</i> pada loyalitas terhadap <i>influencer</i>	96
BAB V KESIMPULAN	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Implikasi	100
5.2.1. Implikasi teoretis	100
5.2.2. Implikasi manajerial	102
5.3. Keterbatasan Riset	106
5.4. Arahan Riset Mendatang	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	121
Lampiran 1 Kuesioner Survey.....	121
Lampiran 2 Grafik Demografi Responden	125
Lampiran 3 Hasil Evaluasi Model Luar	128
Lampiran 4 Hasil Evaluasi Model Dalam	131

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.2 Rentang Usia Responden	55
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.4 Pengeluaran Rutin Responden	57
Tabel 4.5 Pulau Tempat Tinggal Responden	58
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Nilai Factor Loading	60
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Nilai Konsistensi Reliabilitas Internal	62
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Nilai AVE.....	63
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Nilai <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Nilai Fornell-Larcker.....	66
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Nilai Rasio HTMT	67
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Nilai VIF Hubungan Antar-variabel	71
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Nilai R^2	73
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Nilai f^2	75
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan PLSpredict.....	79
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Nilai Q^2	80
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis Menggunakan Metode <i>Bootstrapping</i>	81
Tabel 4.19 Ringkasan Pengujian H1	85
Tabel 4.20 Ringkasan Pengujian H2.....	87
Tabel 4.21 Ringkasan Pengujian H3.....	88
Tabel 4.22 Ringkasan Pengujian H4.....	90
Tabel 4.23 Ringkasan Pengujian H5.....	92
Tabel 4.24 Ringkasan Pengujian H6.....	93
Tabel 4.25 Ringkasan Pengujian H7.....	95
Tabel 4.26 Ringkasan Pengujian H8.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Contoh <i>Influencer</i> (Ayla Dimitri)	40
Gambar 3.2 Contoh <i>Influencer</i> (Fardi Yandi).....	40
Gambar 3.3 Contoh Skema Struktural	45
Gambar 4.1 Spesifikasi Model Penelitian	59
Gambar 4.2 Skema Hasil Perhitungan R^2 Tiap Variabel	74
Gambar 4.3 Bagan Dugaan Hubungan Paling Relevan	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Survey	121
Lampiran 2 Grafik Demografi Responden.....	125
Lampiran 3 Hasil Evaluasi Model Luar	128
Lampiran 4 Hasil Evaluasi Model Dalam	131