

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| INTISARI | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian | 5 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.5.1. Manfaat bagi peneliti | 5 |
| 1.5.2. Manfaat bagi komunikator pemasaran..... | 6 |
| 1.5.3. Manfaat bagi akademisi | 6 |
| 1.6. Lingkup Penelitian | 6 |
| 1.6.1. Objek Penelitian..... | 6 |
| 1.6.2. Subjek Penelitian | 7 |
| 1.7. Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS | 9 |
| 2.1. Tinjauan Literatur..... | 9 |
| 2.1.1. Selebriti Instagram atau Selebgram | 9 |
| 2.1.2. Atribut Pendukung..... | 11 |
| 2.1.3. Sikap Konsumen | 12 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.4. Niat Beli | 13 |
| 2.1.5. Remaja | 13 |
| 2.1.6. Kosmetik Remaja..... | 14 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| 2.2.1. Penelitian Immaduddin (2009) | 15 |
| 2.2.2. Penelitian Stephanie dkk (2013) | 15 |
| 2.2.3. Penelitian Damayanti (2016) | 16 |
| 2.2.4. Penelitian Mubarak (2016) | 16 |
| 2.2.5. Penelitian Adityaningsih dan Siswomihardjo (2020) | 17 |
| 2.2.6. Penelitian Rusydina (2020)..... | 17 |
| 2.2.7. Penelitian Felbert dan Breuer (2020) | 17 |
| 2.2.8. Penelitian Wiedmann dan Mettenheim (2020) | 18 |
| 2.3. Perumusan Hipotesis | 18 |
| 2.3.1. Pengaruh Kepercayaan pada Selebriti Instagram pada Sikap Konsumen terhadap Kosmetik Merek Emina. | 18 |
| 2.3.2. Pengaruh Keahlian Selebriti Instagram pada Sikap Konsumen terhadap Kosmetik Merek Emina | 19 |
| 2.3.3. Pengaruh Daya tarik Selebriti Instagram pada Sikap Konsumen terhadap Kosmetik merek Emina..... | 19 |
| 2.3.4. Pengaruh Rasa Hormat pada Selebriti Instagram pada Sikap Konsumen terhadap Kosmetik Merek Emina | 20 |
| 2.3.5. Pengaruh Keserupaan Selebriti Instagram pada Sikap Konsumen terhadap Kosmetik Merek Emina | 21 |
| 2.3.6. Pengaruh Sikap konsumen pada Niat Beli Konsumen terhadap Kosmetik merek Emina | 21 |
| 2.4. Model Penelitian..... | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1. Desain Penelitian | 23 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 23 |
| 3.2.1. Pengambilan Sampel..... | 24 |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data | 24 |
| 3.4. Instrumen Penelitian | 26 |
| 3.4.1. Uji Instrumen | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4.2. Uji Validitas..... | 27 |
| 3.4.3. Uji Reliabilitas | 33 |
| 3.5. Metode Analisis Data | 35 |
| 3.5.1. Pengujian Kesesuaian Model (<i>Goodness of Model Fit</i>) | 35 |
| 3.5.2. Uji Normalitas Data | 36 |
| 3.6. Pengujian Hipotesis | 36 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 38 |
| 4.1. Deskripsi Data | 38 |
| 4.1.1. Profil PT Paragon technology and Innovation..... | 38 |
| 4.1.2. Visi dan Misi PT Paragon Technology and Innovation..... | 39 |
| 4.1.3. Produk Kosmetik Merek Emina | 40 |
| 4.2. Uji Validitas Sampel Besar | 43 |
| 4.3. Uji Reliabilitas Sampel Besar..... | 45 |
| 4.4. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden | 47 |
| 4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 47 |
| 4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 48 |
| 4.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi | 49 |
| 4.4.4. Karakteristik. Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan..... | 50 |
| 4.4.5. Karakteristik Responden. Berdasarkan Pengeluaran untuk Kosmetik per Bulan..... | 51 |
| 4.5. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 52 |
| 4.6. Hasil Analisis Data | 54 |
| 4.6.1. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)..... | 54 |
| 4.6.2. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural..... | 55 |
| 4.6.3. Input Matriks dan Estimasi Model | 56 |
| 4.6.4. Identifikasi Outliers | 57 |
| 4.6.5. Identifikasi Model Struktural..... | 60 |
| 4.6.6. Penilaian Kriteria Goodness of Fit..... | 61 |
| 4.6.7. Interpretasi dan Modifikasi Model | 62 |
| 4.7. Pengujian Hipotesis | 62 |
| 4.7.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Sikap..... | 63 |

| | |
|--|-----------|
| 4.7.2. Pengaruh Keahlian terhadap Sikap | 64 |
| 4.7.3. Pengaruh Daya Tarik terhadap Sikap | 64 |
| 4.7.4. Pengaruh Rasa Hormat terhadap Sikap | 65 |
| 4.7.5. Pengaruh Keserupaan terhadap Sikap..... | 66 |
| 4.7.6. Pengaruh Sikap terhadap Niat Beli | 66 |
| BAB V KESIMPULAN | 68 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 68 |
| 5.2. Keterbatasan | 68 |
| 5.3. Implikasi dan Saran | 69 |
| 5.3.1. Implikasi Teoritis..... | 69 |
| 5.3.2. Implikasi Manajerial | 69 |
| 5.3.3. Saran | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | 71 |
| LAMPIRAN..... | 78 |