

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	8
BAB II TIJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.1.2 Komunikasi Persuasif.....	12
2.1.2 Kredibilitas.....	14
2.1.2.1 Kredibilitas Sumber.....	14
2.1.2.2 Kredibilitas <i>Influencer</i>	15
2.1.3 Sikap Terhadap Merek.....	17

2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	37
3.2.1 Variabel Operasional.....	37
3.2.2 Tabel Definisi Operasional.....	38
3.2.3 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Sumber Data.....	43
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	44
3.5.1 Uji Validitas.....	44
3.5.2 Uji Realibilitas.....	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.6.2 Uji Methods Succesive Interval (MSI).....	50
3.6.3 Uji Normalitas.....	50
3.6.4 Uji Linearitas.....	51

3.6.5 Uji Regresi Sederhana.....	51
3.6.6 Uji Korelasi.....	52
3.6.7 Koefisien Determinasi.....	53
3.6.8 Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Pengumpulan Data	56
4.2 Karakteristik Responden	56
4.3 Hasil Penelitian	58
4.3.1 Hasil Analisis Variabel Kredibilitas <i>influencer</i> (X)	58
4.3.2 Hasil Analisis Variabel sikap pada brand (Y)	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1 Uji Normalitas kolmogorov-smimov	68
4.4.2 Uji Normalitas P-Plot	69
4.4.3 Uji Linearitas	70
4.4.4 Hasil Uji MSI	70
4.5 Uji Hipotesis	71
4.5.1 Uji Regresi Linier Sederhana	71
4.5.2 Analisis Korelasi	72
4.5.3 Koefisien Determinasi	73
4.5.4 Uji T.....	74
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.6.1 Kredibilitas <i>Influencer</i>	75
4.7.2 Sikap pada Brand.	77
4.7.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Sikap Pada brand.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	86