

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 BLP Beauty | 1 |
| 1.1.2 Lizzie Parra | 2 |
| 1.2 Latar Belakang | 3 |
| 1.3 Perumusan Masalah..... | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 12 |
| 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir..... | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 14 |
| 2.1 Kajian Teori..... | 14 |
| 2.1.1 <i>Digital Marketing</i> | 14 |
| 2.1.2 <i>Social Media Marketing</i> | 16 |
| 2.1.3 <i>Influencer Marketing</i> | 17 |
| 2.1.4 <i>Brand Image</i> | 20 |
| 2.1.5 <i>Customer Engagement</i> | 21 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.6 | <i>Purchase Intention</i> | 23 |
| 2.1.7 | Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Brand Image</i> | 24 |
| 2.1.8 | Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Customer Engagement</i> 25 | |
| 2.1.9 | Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> . | 25 |
| 2.1.10 | Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 26 |
| 2.1.11 | Hubungan <i>Customer Engagement</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> ... | 27 |
| 2.1.12 | Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Engagement</i> | 27 |
| 2.1.13 | Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Brand Image</i> | 28 |
| 2.1.14 | Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Customer Engagement</i> | 28 |
| 2.1.15 | Penelitian Terdahulu | 28 |
| 2.2 | Kerangka Penelitian | 39 |
| 2.3 | Hipotesis Penelitian | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 44 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 44 |
| 3.2 | Operasionalisasi Variabel | 45 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 50 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 51 |
| 3.5 | Pengumpulan Data dan Sumber Data..... | 52 |
| 3.6 | Uji Validitas dan Realibilitas | 53 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 53 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas | 54 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 54 |
| 3.7.1 | Analisis Deskriptif | 55 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.7.2 | <i>Structural Equation Model</i> | 56 |
| 3.7.3 | Uji Hipotesis dan Signifikansi | 58 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 59 |
| 4.1 | Karakteristik Responden | 59 |
| 4.1.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 59 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 59 |
| 4.1.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 60 |
| 4.1.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 61 |
| 4.1.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan | 61 |
| 4.1.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Produk BLP yang Digunakan | 62 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 64 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif | 64 |
| 4.2.2 | Analisis SEM | 73 |
| 4.2.3 | Uji Hipotesis dan Signifikansi | 86 |
| 4.3 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 91 |
| 4.3.1 | Penilaian Responden terhadap <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra, <i>Brand Image</i> , <i>Customer Engagement</i> , dan <i>Purchase Intention</i> pada <i>Brand BLP Beauty</i> | 91 |
| 4.3.2 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Brand Image</i> pada <i>brand BLP Beauty</i> | 92 |
| 4.3.3 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Customer Engagement</i> pada <i>brand BLP Beauty</i> | 92 |
| 4.3.4 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand BLP Beauty</i> | 93 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 4.3.5 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 93 |
| 4.3.6 | Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 94 |
| 4.3.7 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 94 |
| 4.3.8 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 94 |
| 4.3.9 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Customer Engagement</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 95 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 96 |
| 5.1 | Kesimpulan | 96 |
| 5.1.1 | Penilaian Responden terhadap <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra, <i>Brand Image</i> , <i>Customer Engagement</i> , dan <i>Purchase Intention</i> pada <i>Brand</i> BLP Beauty | 96 |
| 5.1.2 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Brand Image</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 96 |
| 5.1.3 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Customer Engagement</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 96 |
| 5.1.4 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 97 |
| 5.1.5 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 97 |
| 5.1.6 | Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 97 |
| 5.1.7 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 97 |

| | | |
|-----------------------------|--|------------|
| 5.1.8 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty | 98 |
| 5.1.9 | Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Lizzie Parra terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Customer Engagement</i> pada <i>brand</i> BLP Beauty..... | 98 |
| 5.2 | Saran | 99 |
| 5.2.1 | Aspek Akademis | 99 |
| 5.2.2 | Aspek Praktis | 99 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 101 |
| LAMPIRAN..... | | 108 |