

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	13
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	15
1.5    Tujuan Penelitian.....	15
1.6    Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1    Manfaat Teoritis .....	15
1.6.2    Manfaat Prkatis .....	16
1.7    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1    Teori dan Penelitian Terdahulu .....	18
2.1.1    Pemasaran .....	18
2.1.2    Komunikasi Pemasaran.....	25
2.1.3    Brand .....	25
2.1.4 <i>Influencer</i> .....	26
2.1.5    Minat Beli.....	29
2.1.6    Hubungan <i>Influencer</i> dan Minat Beli.....	30
2.2    Penelitian Terdahulu.....	31
2.3    Kerangka Pemikiran .....	42
2.4    Hipotesis Penelitian .....	45
2.5    Ruang Linkgup Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>

3.1	Jenis Penelitian .....	49
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Alat Pengumpulan Data.....	50
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	50
3.2.2	Skala Pengukuran.....	61
3.3	Tahapan Penelitian .....	62
3.4	Populasi dan Sampel.....	63
3.4.1	Populasi .....	63
3.4.2	Sampel.....	63
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	65
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5.2	Sumber Data Primer .....	66
3.5.3	Sumber Data Sekunder.....	66
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.6.1	Uji Validitas .....	66
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	69
3.7	Analisis Data dan Hipotesis Penelitian.....	70
3.7.1	Analisis Statistika Deskriptif.....	70
3.7.2	Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	72
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>81</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	81
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	81
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	83
4.2	Hasil Penelitian.....	84
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	84
4.3	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	91
4.3.1	Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	91
4.3.2	<i>Convergent Validity</i> .....	92

4.3.3	<i>Discriminant Validity</i> .....	94
4.3.4	Uji Reliabilitas .....	96
4.3.5	Pengukuran <i>Inner Model</i> .....	97
4.3.6	Pengaruh Variabel Pemoderasi .....	99
4.4	Pengujian Hipotesis .....	102
4.5	Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif .....	105
4.6	Pembahasan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> .	106
4.6.1	Pengaruh <i>Informative Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	106
4.6.2	Pengaruh <i>Expertise</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	107
4.6.3	Pengaruh <i>Trustworthiness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	107
4.6.4	Pengaruh <i>Attractiveness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>110</b>
5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Saran .....	110
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan .....	110
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>120</b>