

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Bidang Usaha Tokopedia	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Maanfaat Praktisi	6
1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 <i>Marketing Communication</i>	8
2.1.2 Social Media Influencer	8
2.1.2.1 Pengertian Social Media Influencer	8
2.1.2.2 Tujuan Social Media Influencer Marketing.....	9
2.1.2.3 Komponen Social Media Influencer	9

2.1.3	<i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	10
2.1.3.1	Pengertian <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	10
2.1.3.2	Dimensi <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	11
2.1.3.3	Dimensi Faktor yang mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	11
2.1.3.4	Indikator yang mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	12
2.2	Penelitian Terdahulu.....	12
2.3	Kerangka Pemikiran	19
2.4	Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1	Jenis Penelitian	21
3.1.1	Berdasarkan Metode.....	21
3.1.2	Berdasarkan Tujuan	21
3.1.3	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	21
3.1.4	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti.....	21
3.1.5	Berdasarkan Unit.....	22
3.2	Operasional Variabel	22
3.3	Skala Penelitian	23
3.4	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	24
3.5	Populasi dan Sampel	26
3.5.1	Populasi.....	26
3.5.2	Sampel.....	27
3.6	Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	28
3.6.1	Sumber Data.....	28
3.6.2	Pengumpulan Data	28
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas.....	28
3.7.1	Uji Validitas	28
3.8	Teknik Analisis Data	31
3.8.1	Analisis Deskriptif	31
3.8.2	Structural Equation Modelling (SEM).....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Karakteristik Responden	36
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan akun Tokopedia	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Analisis Deskriptif	40
4.2.2 Structural Equation Modelling (SEM).....	46
4.2.2.1 Analisis Outer Model	47
4.2.2.2 Analisis Inner Model.....	55
4.2.2.3 Model penelitian	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.3.1 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Minat Beli	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	64