

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Industri Otomotif Indonesia	1
1.1.2 Perkembangan <i>Electric Vehicles (EV)</i>	3
1.1.3 Peraturan Pemerintah untuk Mendukung Penggunaan EV	8
1.1.4 Fenomena Influencer di Indonesia	11
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	18
1.2.1 Urgensi Peningkatkan Jumlah Penggunaan Electric Vehicles di Indonesia	21
1.3 Perumusan Masalah.....	24
1.4 Pertanyaan Penelitian	25
1.5 Tujuan Penelitian.....	25
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	26
BAB II.....	28
TINJAUAN PUSTAKA	28
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	28
2.1.1 Pemasaran	28
2.1.2 Consumer Behavior.....	28
2.1.3 Social Media Marketing	29
2.1.4 Influencer	29
2.1.5 Atribut Influencer.....	30
2.1.6 Attitude Toward Use (ATU)	31
2.1.7 Perceived Trust (PT)	32
2.1.8 Purchase Intention.....	32
2.1.9 Teori Stimulus Organism and Response (SOR)	33
2.2.0 Teori UTAUT 2.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39

2.3	Kerangka Pemikiran	49
2.4	Hipotesis Penelitian	51
BAB III		52
METODE PENELITIAN		52
3.1	Jenis Penelitian	52
3.2	Operasionalisasi Variabel	53
3.3	Skala Pengukuran	61
3.4	Tahapan Penelitian	61
3.5	Populasi dan Sampel.....	62
3.5.1	Populasi	62
3.5.2	Sampel.....	63
3.5.3	Teknik Sampling	64
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas.....	65
3.6.1	Uji Validitas	65
3.6.2	Uji Realibilitas	68
3.6.3	Evaluasi Structural Model/ Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural).....	70
3.7	Teknik Analisis Data	71
3.8	Uji Hipotesis	71
Daftar Pustaka		102