

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
Abstrak	6
ABSTRACT	7
Daftar Tabel	10
Daftar Gambar	11
BAB I	12
Pendahuluan	12
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	12
1.1.1. Profile Shifudo.....	12
1.1.2 Profile Produk	12
1.1.3 Layanan.....	14
1.2 Latar Belakang Penelitian	15
1.3 Perumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.6 Batasan Masalah	23
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	23
BAB II	25
TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Rangkuman Teori	25
2.1.1 Pemasaran	25
2.1.2 Perilaku Konsumen	25
2.1.3 Influencer	26
2.1.4 Brand	28
2.1.5 Brand Image	28
2.1.6 Keputusan Pembelian	30
2.2 Hubungan Antar Variabel	32

2.2.1 Hubungan Influencer terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.2 Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.3 Hubungan Influencer dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Penelitian	42
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Operasionalisasi Variabel	45
3.2.1 Skala Pengukuran.....	47
3.3 Tahapan Penelitian.....	48
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sampel.....	51
3.5.1 Jenis data	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.7.1 Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	57
3.7.4 Pengujian Hipotesis	59
BAB IV	61
4.1 Karakteristik Responden.....	61
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	62