

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	1
ABSTRACT.....	2
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	3
1.1.1 Aplikasi Ajaib	3
1.1.2 Iqbaal Ramadhan.....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Aspek Akademis.....	15
1.5.2 Aspek Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TIJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 <i>Marketing</i>	18
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.1.1 <i>Strategi Social Media Marketing</i>	19
2.1.1.2 <i>Influencer Marketing</i>	19
2.1.3 <i>Social Media Influencer</i>	22
2.1.4 <i>Brand image</i>	23
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	24

2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
2.3.1 Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Brand image</i>	53
2.3.2 Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .	54
2.3.3 Hubungan <i>Brand image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	56
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Jenis Penelitian.....	58
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	58
3.2.1 Operasional Variabel	58
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.....	64
3.5 Pengumpulan Data	66
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.6.1 Uji Validitas.....	67
3.6.2 Uji Reliabilitas	68
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	68
3.7.1 Analisis Deskriptif	68
3.7.2 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	70
3.7.3 Partial Least Square (PLS).....	70
3.7.4 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
3.7.5 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Karakteristik Responden	76
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2 Hasil Penelitian.....	79
4.2.1 Analisis Deskriptif	80

4.2.2	Structural Equation Model	89
4.3	Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	90
4.4	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	95
4.4.1	<i>R Square</i>	96
4.4.2	<i>Predictive Relevance (Q Square)</i>	96
4.4.3	<i>Estimate for Path Coefficients</i> atau <i>F Square</i>	97
4.4.4	Uji Hipotesis	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran	104
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	105
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN.....		112