

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	4
1.3. Perumusan Masalah	20
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	22
1.5. Tujuan Penelitian	23
1.6. Manfaat Penelitian	24
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	25
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN.....	28
2.1. Teori-Teori dan Penelitian Terdahulu.....	28
2.1.1. Digital Marketing	28
2.1.2. <i>Source Credibility Theory</i>	29
2.1.3. <i>Source Attractiveness Theory</i>	30
2.1.4. <i>Social Media influencer Marketing (SMIs)</i>	30
2.1.5. <i>Trustworthiness</i>	31
2.1.6. <i>Likability</i>	32
2.1.7. <i>Expertise</i>	32
2.1.8. <i>Information quality</i>	33
2.1.9. <i>Entertainment value</i>	33

2.1.10. <i>Creadibility</i>	34
2.1.11. <i>Purchase intention</i>	34
2.1.12. Teori Terdahulu yang Relevan	35
2.2. Penelitian Terdahulu	38
2.3. Kerangka Penelitian	58
2.4. Hipotesis Penelitian	60
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1. Jenis Penelitian.....	62
3.2. Operasional Variabel	63
3.3. Skala Pengukuran.....	69
3.4. Tahapan Penelitian.....	70
3.5. Populasi dan Sampel	71
3.5.1. Populasi	71
3.5.2. Sampel	72
3.6. Pengumpulan Data	73
3.6.1. Data Primer.....	74
3.6.2. Data Sekunder	74
3.7. Uji Validitas dan Reabilitas	75
3.7.1. Uji Validitas.....	75
3.7.2. Uji Reabilitas	76
3.8. Teknik Analisis Data.....	77
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	78
3.8.2. Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	79
3.8.2.1 Model pengukuran (outer model).....	80
3.8.2.2 Model Struktural (inner model)	82
3.8.2.3 <i>Goodness-of-Fit Index</i> (GoF)	83
3.9. Uji Hipotesis	85
3.9.1 Uji T Value	86
3.9.2 Uji P Value	86
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	87
4.1. Karakteristik Responden.....	87

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk ...	87
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Influencer	88
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	90
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	90
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan....	91
4.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	93
4.2. Hasil Penelitian	93
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
5.1. Kesimpulan	134
5.2. Saran	136
5.2.1. Saran Praktis	136
5.2.2. Saran Akademis.....	138
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	146