

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	i
DAFTAR LAMPIRAN .....	ii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	18
1.5 Manfaat Penelitian .....	18
1.6 Sistematika Penulisan .....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	21
2.1 Tinjauan Pustaka .....	21
2.1.1. Teori Persuasi .....	21
2.1.2 Pemasaran .....	22
2.1.3. <i>Influencer Attributes</i> .....	22
2.1.4. <i>Perceived Characterizations</i> .....	24

2.1.5. <i>Brand Equity</i> .....	26
2.1.6. <i>Purchase Intention</i> .....	31
2.2 Hubungan Antara Variabel.....	32
2.2.1 Hubungan Influencer Attributes dan Perceived Characterizations .....	33
2.2.2 Hubungan Influencer Attributes dan Brand Equity .....	34
2.2.3 Hubungan Perceived Characterizations dan Purchase Intention .....	34
2.2.4 Hubungan Brand Equity dan Purchase Intention.....	35
2.2.5 Hubungan Influencer Attributes dan Purchase Intention.....	36
2.3 Penelitian Terdahulu .....	36
2.4 Kerangka Pemikiran .....	52
2.5 Hipotesis Penelitian .....	52
2.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	54
3.2 Operasional Variabel.....	54
3.2.1 Variabel .....	56
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 .....	63
3.5 Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Data Primer .....	65
3.5.2 Data Sekunder.....	65
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66

3.6.1 Uji Validitas .....	66
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	67
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	67
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	67
3.7.2 Structural Equation Modelin (SEM).....	69
3.7.3 Partial Least Square (PLS).....	70
3.7.4 Outer Model.....	70
3.7.5 Inner Model .....	71
3.7.6 Pengujian Hipotesis .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	75
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	76
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan .....	78
4.2 Analisis Deskriptif .....	79
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Influencer Attributes</i> .....	80
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Characterizations</i> .....	83
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Brand Equity.....	86
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	91
4.3 Hasil Penelitian.....	94
4.3.1 Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	94
4.3.2 Convergent Validity .....	95
4.3.3 Discriminat Validity .....	97
4.3.4 Uji Reliabilitas .....	99

4.3.5 Uji Structural Model ( <i>Inner Model</i> ) .....	100
4.3.6 <i>R-Square</i> .....	101
4.3.7 Predictive Relevance .....	102
4.3.8 Uji Hipotesis .....	102
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	106
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	112
5.2.1 Aspek Teoritis .....	112
5.2.2 Aspek Praktis .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>