

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo The Originote	2
1.1.3 Produk The Originote	2
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian.....	19
1.5.1 Manfaat Teoritis	19
1.5.2 Manfaat Praktis	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Tinjauan Pustaka.....	21
2.1.1 Pemasaran	21

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	23
2.1.4 <i>Influencer Marketing</i>	24
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	27
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	30
2.1.7 Minat Beli	31
2.2 Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 Hubungan antara <i>Influencer</i> dengan Minat Beli.....	33
2.2.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan Minat Beli	34
2.3 Penelitian Terdahulu	35
2.3.1 Penelitian Terdahulu Skripsi	35
2.3.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	34
2.3.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	40
2.4 Kerangka Penelitian	46
2.5 Hipotesis Penelitian.....	48
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	48
2.7 Objek Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Variabel Operasional	50
3.3 Skala Pengukuran	54
3.4 Tahapan Penelitian.....	55
3.5 Populasi dan Sampel	57
3.5.1 Populasi.....	57
3.5.2 Sampel	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6.1 Sumber Data	59

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
3.7.1 Uji Validitas	59
3.7.2 Uji Reabilitas	62
3.8 Teknik Analisis Data.....	63
3.8.1 Analisis Deskriptif	63
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.9 Pengujian Hipotesis.....	67
3.9.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	67
3.9.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	68
3.9.3 Koefisien Determinasi	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Pengumpulan Data	70
4.2 Karakteristik Responden	70
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	71
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	73
4.3 Analisis Data.....	74
4.3.1 Analisis Deskriptif	74
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	90
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	92
4.4 Uji Hipotesis.....	93
4.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	93
4.4.2 Uji Simultan (Uji F).....	95
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	96

4.5 Analisis Hasil Penelitian.....	97
4.5.1 Variabel <i>Influencer</i>	97
4.5.2 Variabel <i>Brand Awareness</i>	97
4.5.3 Variabel Minat Beli.....	98
4.5.4 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Minat Beli.....	98
4.5.5 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli	99
4.5.6 Pengaruh <i>Influencer</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli Secara Simultan.....	99
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	102
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	102
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	111