

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.2.1 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Theory of Buyer Behaviour	18
2.1.2 Source Credibility Theory	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Pengembangan Variabel	24
2.3.1 Fashion Influencer.....	24
2.3.2 Niat Pembelian (Purchase Intention)	26
2.3.3 Sikap Konsumen Terhadap Fashion Influencer (Consumer Attitude) .	27
2.3.4 Kepercayaan (Trustworthiness).....	28
2.3.5 Keahlian (Expertise).....	29
2.3.6 Kesamaan (Similarity)	30
2.3.7 Keakraban (Familiarity)	30
2.4 Pengaruh Antar Variabel	31
2.4.1 Hubungan antara Kepercayaan Fashion Influencer dan Niat Pembelian melalui Sikap Konsumen	31
2.4.2 Hubungan antara Keahlian Fashion Influencer dan Niat Pembelian melalui Sikap Konsumen	32

2.4.3 Hubungan antara Kesamaan Fashion Influencer dan Niat Pembelian melalui Sikap Konsumen	33
2.4.4 Hubungan antara Keakraban Fashion Influencer dan Niat Pembelian melalui Sikap Konsumen	34
2.5 Kerangka Pemikiran.....	36
2.6 Hipotesis.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Jenis Data	44
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.4.1 Studi Kepustakaan.....	45
3.4.2 Kuesioner	45
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	46
3.5.1 Uji Validitas.....	46
3.5.2 Uji Realibilitas	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Pendefinisian Konstruk Individual.....	48
3.6.2 Pengembangan Model Pengukuran Secara Keseluruhan.....	49
3.6.3 Perancangan Studi untuk Menghasilkan Hasil Empiris.....	49
3.6.4 Penilaian Validitas Model Pengukuran	50
3.6.5 Penentuan Tahap Model Struktural	53
3.6.6 Penilaian Validitas Model Struktural	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.2 Deskripsi Umum Responden Penelitian.....	55
4.2 Uji Instrumen Data.....	58
4.2.1 Uji Validitas.....	58
4.2.2 Uji Reliabilitas	60
4.3 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	62
4.3.1 Konstruk Variabel Eksogen.....	62
4.3.2 Konstruk Variabel Endogen	65
4.4 Hasil Uji Hipotesis	67

4.4.1 Diagram Alur (Path Diagram).....	67
4.4.2 Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	67
4.4.3 Input Matriks dan Estimasi Model.....	68
4.5 Uji Hipotesis.....	72
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis	72
4.5.2 Analisis Direct, Indirect, dan Total Effect.....	76
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Implikasi Teoritis.....	82
5.3 Implikasi Manajerial	83
5.4 Keterbatasan Penelitian	86
5.5 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	94