

## DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Metode Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	14
2.1 Penjelasan Awal Telaah Pustaka.....	14
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Teori S-O-R (Stimulus- <i>Organism</i> -Response).....	14
2.2.2 Faktor Social dalam Perilaku Konsumen.....	17
2.2.3 <i>Social media Influencer</i> .....	18
2.2.4 <i>Purchase Intention</i> .....	21
2.2.5 <i>Brand Awareness</i> .....	24
2.2.6 <i>Brand Engagement</i> .....	27
2.3 Penelitian Terdahulu .....	29
2.4 Korelasi Antar Variabel .....	32
2.4.1 Pengaruh <i>Social media influencer</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	32
2.4.2 Pengaruh <i>Social media Influencer</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	33

2.4.3 Pengaruh <i>Social media Influencer</i> terhadap <i>Brand Engagement</i> .....	34
2.4.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	35
2.4.5 Pengaruh <i>Brand Engagement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	36
2.5 Model Penelitian .....	37
2.6 Hipotesis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
3.1 Penjelasan Awal Metode Penelitian.....	39
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	39
3.2.1 Variabel Penelitian.....	39
3.2.2 Definisi Operasional .....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4.1 Data Primer .....	45
3.4.2 Data Sekunder.....	45
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Kuisisioner.....	46
3.5.2 Studi Pustaka.....	47
3.6 Metode Analisis Data.....	47
3.6.1 Uji Instrumen Data.....	48
3.6.2 Uji Statistik .....	51
3.6.2.1 Analisis Partial Least Square (PLS).....	51
3.6.3 Uji Hipotesis (Bootstrapping) .....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57
4.1 Penjelasan Awal Hasil dan Pembahasan.....	57
4.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	57
4.2.2 Deskripsi Umum Responden .....	58
4.3 Deskripsi Jawaban Pertanyaan Terbuka .....	61
4.4 Hasil Uji Instrumen.....	64
4.5 Analisis Outer Model.....	64

4.5.1 <i>Convergent Validity</i> .....	65
4.5.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	67
4.5.3 Uji Reliabilitas .....	69
4.7 Analisis <i>Inner model</i> .....	70
4.7.1 R-Square ( $R^2$ ).....	71
4.7.2 F-Square ( $F^2$ ).....	73
4.8 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	74
4.8.1 Direct Effect.....	75
4.8.2 Indirect Effect .....	79
4.8.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	82
BAB V KESIMPULAN.....	91
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Implikasi Teoritis.....	93
5.3 Implikasi Manajerial .....	94
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.5 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN.....	103

**FEB UNDIP**