

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERSYARATAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian | 11 |
| D. Manfaat Penelitian | 12 |
| BAB II TUJUAN PUSTAKA | 13 |
| A. Landasan Teori..... | 13 |
| 1. Interaksi Parasosial..... | 13 |
| 2. Hubungan Parasosial | 16 |
| 3. Kredibilitas Endorser | 20 |
| 4. Niat Beli | 24 |
| B. Penelitian Terdahulu | 28 |
| C. Hubungan Antar Variabel | 38 |
| 1. Hubungan Interaksi Sosial terhadap Hubungan Parasosial..... | 38 |
| 2. Hubungan Hubungan Parasosial terhadap Kredibilitas Endorser ... | 39 |
| 3. Hubungan Hubungan Parasosial terhadap Niat Beli..... | 40 |
| 4. Hubungan Kredibilitas Endorser terhadap Niat Beli | 40 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 5. | Hubungan Interaksi Parasosial terhadap Kredibilitas Endorser..... | 41 |
| 6. | Hubungan Interaksi Parasosial terhadap Niat Beli..... | 42 |
| 7. | Hubungan Interaksi Parasosial terhadap Kredibilitas Endorser yang dimediasi oleh Hubungan Parasosial..... | 43 |
| 8. | Hubungan Hubungan Parasosial terhadap Niat Beli yang dimediasi oleh Kredibilitas Endorser..... | 44 |
| 9. | Hubungan Interaksi Parasosial terhadap Niat Beli yang dimediasi oleh Hubungan Parasosial..... | 45 |
| D. | Kerangka Konseptual..... | 46 |
| E. | Hipotesis Penelitian..... | 47 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 48 |
| A. | Jenis Penelitian..... | 48 |
| B. | Populasi..... | 48 |
| C. | Sampel dan Teknik Sampling..... | 49 |
| 1. | Teknik Sampling..... | 49 |
| 2. | Sampel..... | 49 |
| D. | Klasifikasi Variabel Penelitian..... | 50 |
| 1. | Variabel Bebas (Variabel Independen)..... | 50 |
| 2. | Variabel Terikat (Variabel Dependen)..... | 50 |
| 3. | Variabel Mediasi (Variabel Intervening)..... | 50 |
| E. | Jenis Data Penelitian..... | 51 |
| 1. | Data Primer (<i>primary data</i>)..... | 51 |
| 2. | Data Sekunder (<i>secondary data</i>)..... | 51 |
| F. | Prosedur Pengambilan Data..... | 51 |
| G. | Definisi Operasional Variabel..... | 52 |
| H. | Uji Instrumen..... | 56 |
| 1. | Uji Validitas..... | 56 |
| 2. | Uji Reliabilitas..... | 58 |
| I. | Teknik Analisis Data..... | 59 |
| 1. | Analisis Deskriptif..... | 59 |

| | |
|--|------------|
| 2. Analisis Kuantitatif | 61 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 67 |
| A. Hasil Penelitian | 67 |
| 1. Analisis Deskriptif | 67 |
| 2. Analisis Kuantitatif | 72 |
| B. Pembahasan..... | 82 |
| 1. Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Hubungan Parasosial..... | 82 |
| 2. Pengaruh Hubungan Parasosial terhadap Kredibilitas Endorser..... | 83 |
| 3. Pengaruh Hubungan Parasosial terhadap Niat Beli | 84 |
| 4. Pengaruh Kredibilitas Endorser terhadap Niat Beli | 86 |
| 5. Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Kredibilitas Endorser | 87 |
| 6. Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Niat Beli | 88 |
| 7. Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Kredibilitas Endorser yang dimediasi oleh Hubungan Parasosial..... | 90 |
| 8. Pengaruh Hubungan Parasosial terhadap Niat Beli yang dimediasi oleh Kredibilitas Endorser..... | 92 |
| 9. Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Niat Beli yang dimediasi oleh Hubungan Parasosial | 93 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 96 |
| A. KESIMPULAN..... | 96 |
| B. SARAN | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA | 99 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 104 |