

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10

1.	<i>Grand Theory</i> Pemasaran Digital.....	10
2.	Pemasaran Media Sosial.....	10
3.	<i>Influencer Endorsement</i> .....	12
4.	Niat Beli .....	14
B.	Penelitian Terdahulu .....	16
C.	Hubungan Antar Variabel .....	20
D.	Kerangka Penelitian .....	22
E.	Hipotesis Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
A.	Rancangan Penelitian.....	24
B.	Objek dan Waktu Penelitian .....	24
C.	Populasi dan Sampel.....	25
D.	Teknik Sampling.....	26
E.	Sumber Data Penelitian .....	28
F.	Metode Pengumpulan Data.....	28
G.	Klasifikasi Variabel Penelitian .....	30
H.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	31
I.	Uji Instrumen .....	37
J.	Teknik Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>

A. Analisis Deskriptif .....	44
B. Analisis Kuantitatif .....	49
C. Pembahasan.....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>