

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II Tinjauan Pustaka	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Hubungan Antar Variabel	20
D. Kerangka Pemikiran	22
E. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Rancangan Penelitian	24
B. Objek dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi	25
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
E. Jenis Data Penelitian	27
F. Prosedur Pengambilan Data	27
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	27
H. Definisi Operasional Variabel	29
I. Skala Pengukuran Variabel	32
J. Uji Instrumen	32
K. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Analisis Deskriptif	45
B. Analisis Kuantitatif	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
Daftar Pustaka.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Table 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	32
Tabel 3.3 Uji Validitas Konvergen Pada 30 Responden.....	33
Tabel 3.4 Uji Validitas Diskriminan Pada 30 Responden.....	34
Tabel 3.5 AVE 30 Responden	35
Tabel 3.6 Uji Composite Reliability 30 Responden	36
Tabel 3.7 Cronbach Alpha 30 Responden	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan berdasarkan rata – rata pengeluaran setiap belanja online perbulan.....	48
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel.....	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Media Influencer</i>	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Parasocial Interaction</i>	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Intention</i>	53
Tabel 4.10 Uji Validitas Konvergen Pada 121 Responden.....	55
Tabel 4.11 Uji Validitas Diskriminan Pada 121 Responden.....	56
Tabel 4.12 AVE 121 Responden.....	57
Tabel 4.13 Uji Composite Reliability 121 Responden.....	58
Tabel 4.14 Cronbach Alpha Responden	59
Tabel 4.15 R-Square	60
Tabel 4.16 Q-Square	61
Tabel 4.17 Hasil R-Square dan AVE	62
Tabel 4.18 Hasil Path Coefficient	63
Tabel 4.19 Hasil <i>Specific Indirect Effect</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa pasar jumlah transaksi Sumber: snapcart.global	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	54
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	83
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA PENELITIAN 30 RESPONDEN.....	90
LAMPIRAN III HASIL UJI INSTRUMEN (VALIDITAS DAN RELIABILITAS)	93
LAMPIRAN IV REKAPITULASI DATA KARAKTERISTIK.....	96
LAMPIRAN V REKAPITULASI DATA PENELITIAN 121 RESPONDEN	101
LAMPIRAN VI ANALISIS DESKRIPTIF.....	111
LAMPIRAN VII ANALISIS KUANTITATIF	115