

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. <i>Purchase Intention</i>	15
2. <i>Influencers Credibility</i>	17
3. <i>Online Customer Engagement</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Hubungan Antar Variabel	29
D. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian	36

B. Objek dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi.....	37
D. Sampel dan Teknik Sampling	37
E. Jenis Data Penelitian	39
F. Prosedur Pengambilan Data	39
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	39
H. Definisi Operasional Variabel.....	41
I. Skala Pengukuran Variabel	42
J. Uji Instrumen	43
K. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel.....	42
Tabel 3. 3 Kategorisasi Interval Variabel	43
Tabel 3. 4 Hasil <i>Loading Factor</i> 30 Responden	44
Tabel 3. 5 Hasil <i>Cross Loading Factor</i> 30 Responden.....	46
Tabel 3. 6 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> 30 responden	47
Tabel 3. 7 Hasil <i>Composite Reliability</i> 30 Responden.....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	58
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Attractiveness</i>	58
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Trustworthiness</i>	59
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Expertise</i>	60
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Online Customer Engagement</i>	60
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Purchase Intention</i>	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>R-Square</i>	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Langsung	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial 2023	7
Gambar 1. 2 Data Penjualan Somethinc 2022	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 4. 1 Hasil Olah PLS <i>Bootstrapping</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 : Tabulasi Data 30 Responden	94
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	97
Lampiran 4 : Tabulasi Data 120 Responden	99
Lampiran 5 : Analisis Kuantitatif.....	106