

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior – TPB).....	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	12
1.7 Hipotesis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Ketertarikan.....	15
2.1.1 Definisi Ketertarikan.....	15
2.1.2 Indikator ketertarikan.....	16
2.1.3 Definisi Konsep <i>Campaign</i>	17
2.1.4 Jenis-jenis <i>Campaign</i>	18
2.1.5 Konsep ‘Not So Old School’ sebagai Strategi <i>Campaign</i>	19
2.1.6 Tahapan Kampanye Pemasaran	20
2.2 Minat Beli	21
2.2.1 Definisi Konsep Minat Beli	21
2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Minat Beli	22
2.2.3 Indikator Minat Beli.....	23

2.3	Kredibilitas <i>influencer</i>	24
2.3.1	Definisi Konsep Kredibilitas <i>Influencer</i>	24
2.3.2	Faktor yang mempengaruhi Kredibilitas Infulencer	25
2.4	Inluencer TikTok Catherineealicia.....	27
2.4.2	Catherineealicia sebagai <i>Influencer</i> TikTok	28
2.5	Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Objek Penelitian.....	35
3.3	Lokasi Penelitian.....	35
3.4	Sumber Data.....	36
3.4.1	Data Primer	36
3.4.2	Data Sekunder	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1	Kuesioner	37
3.5.2	Studi Pustaka.....	37
3.6	Populasi dan Sampel	38
3.6.1	Populasi.....	38
3.6.2	Sampel.....	38
3.7	Teknik Sampling.....	39
3.8	Variabel Penelitian.....	40
3.8.1	Variabel Independent/Bebas (X).....	40
3.8.2	Variabeol Dependent/Terikat (Y)	41
3.8.3	Variabel Moderasi (Z).....	41
3.9	Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	43
3.10	Uji instrumen	48
3.10.1	Uji Validitas	48
3.10.2	Uji Reliabilitas	52
3.11	Teknik Analisis Data.....	53
3.11.1	Analisis Deskriptif	53
3.11.2	Uji Asumsi Data untuk Regresi Linear	54
3.11.2.1	Uji Normalitas.....	54
3.11.2.2	Uji Linearitas	55
3.11.3	Uji Hipotesis	56

3.11.3.1	Uji Regresi Linear Sederhana	56
3.11.3.2	Uji Korelasi Parsial	57
3.11.3.3	Uji Signifikansi	58
3.11.3.4	Uji R Square (Koefisien Determinasi)	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	61
4.1.1	Sejarah 3SECOND.....	61
4.1.2	Visi Misi 3Second.....	62
4.1.3	<i>Campaign</i> ‘Not So Old School’	62
4.1.4	<i>Influencer @catherineealicia</i>	63
4.2	Gambaran Responden	63
4.3	Hasil Analisis Data Deskriptif	67
4.3.1	Hasil Analisis Data Deskriptif Variabel Ketertarikan pada <i>Campaign</i>	69
4.3.2	Hasil Analisis Data Deskriptif Variabel Minat Beli Produk 3SECOND ..	70
4.3.3	Hasil Analisis Data Deskriptif Variabel Kredibilitas <i>Influencer @catherineealicia</i>	72
4.4	Uji Asumsi Data.....	73
4.4.1	Uji Normalitas.....	74
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5	Uji Hipotesis	75
4.5.1	Uji Signifikansi	75
4.5.2	Uji Determinasi (R Square).....	76
4.5.3	Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	77
4.5.4	Analisis Uji Korelasi Parsial	78
4.6	Pembahasan Pengaruh ketertarikan <i>campaign</i> 'Not So Old School' <i>@catherineealicia</i> di TikTok terhadap minat beli produk 3SECOND.....	80
4.7	Pembahasan Pengaruh kredibilitas akun TikTok <i>@catherineealicia</i> pada variabel ketertarikan <i>campaign</i> 'Not So Old School' <i>@catherineealicia</i> di TikTok terhadap minat beli produk 3SECOND	82
BAB V PENUTUP		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Umur sesuai pekerjaan, jenis kelamin, dan domisili	66
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel	67
Tabel 4. 6 Interval Variabel Ketertarikan pada <i>Campaign</i> 'Not So Old School'	69
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskripsi Variabel Ketertarikan pada <i>Campaign</i>	70
Tabel 4. 8 Interval Variabel Minat Beli Produk 3SECOND.....	71
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskripsi Minat Beli Produk 3SECOND	71
Tabel 4. 10 Interval Variabel Kredibilitas <i>Influencer @catherineealicia</i>	72
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i>	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi T	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji R Square	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Partial Variabel.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik <i>Brand</i> Fashion Lokal Favorit Masyarakat Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Akun Tiktok <i>@catherineealicia</i>	5
Gambar 1. 3 <i>Campaign</i> 'Not So Old School' <i>@catherineealicia</i> di TikTok.....	6
Gambar 1. 4 Komentar <i>campaign</i> 'Not So Old School' <i>@catherineealicia</i> di Tiktok	6
Gambar 1. 5 Skema Pemikiran Penelitian	12