

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Purchase Intention.....	17
2. Influencer Marketing.....	18
3. Online Customer Review	20
4. Perceived Quality	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hubungan Antar Variabel	26
D. Kerangka Penelitian	29
E. Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Rencana Penelitian	31
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	31
C. Unit Analisis	31
D. Populasi	32
E. Sampel dan Teknik Sampling	32
F. Jenis Data Penelitian	34
G. Metode Pengumpulan data.....	34
H. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	35
I. Definisi Operasional Variabel.....	36
J. Skala Pengukuran Variabel.....	37
K. Uji Instrumen	39
L. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	38
Tabel 3. 3 Skala Interval Distribusi.....	38
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas 30 Responden	40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Realibilitas 30 Responden	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan	48
Tabel 4. 5 <i>Influencer Marketing</i>	49
Tabel 4. 6 <i>Online Customer Review</i>	50
Tabel 4. 7 <i>Perceived Quality</i>	51
Tabel 4. 8 <i>Purchase Intention</i>	53
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial yang sering digunakan berbelanja	1
Gambar 1. 2 8 Negara dengan GMV Tiktok <i>Shop</i> terbesar di dunia	3
Gambar 1. 3 10 Merek perawatan rambut pangsa pasar terbesar	7
Gambar 1. 4 Respon pada konten <i>Influencer</i> L'Oreal Paris	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	73
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas & Realibilitas	79
Lampiran 3 Tabulasi Data 100 Responden	83
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	104