

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.7.1 Variabel dan Sub-Variabel Penelitian	10
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12

2.1	Teori-teori Terkait Penelitian	12
2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	12
2.1.3	Bauran Promosi	14
2.1.4	Pengertian <i>Advertising</i>	15
2.1.5	Pengertian <i>Sosial Media Advertising</i>	15
2.1.6	Pengertian <i>Endorsement</i>	16
2.1.7	Pengertian <i>Pleasure</i>	16
2.1.8	Pengertian <i>Arousal</i>	17
2.1.9	Pengertian <i>Purchase Intention</i>	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran	24
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Karakteristik Penelitian.....	27
3.2	Alat Pengumpulan Data	28
3.2.1	Variabel Operasional	28
3.2.2	Skala Pengukuran	33
3.3	Tahapan Penelitian.....	34
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel	36
3.4.3	Teknik Sampling	36
3.4.4	Ukuran Sampel.....	36

3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	37
3.5.1	Pengumpulan Data	37
3.5.2	Sumber Data.....	37
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas	40
3.7	Teknik Pengolahan Data	43
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	45
3.7.3	Evaluasi Model Pengukuran	46
3.7.4	Evaluasi Model Struktural	48
3.7.5	Pengujian Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Karakteristik Responden	51
4.1.1	<i>Screening Question</i> Pengguna Instagram	51
4.1.2	<i>Screening Question</i> Anya Geraldine	52
4.1.3	<i>Screening Question</i> Pengguna Instagram	53
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	58
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	60

4.3	Analisis Statistik	74
4.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	74
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural.....	85
4.3.3	Pengujian Hipotesis	86
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
4.4.1	Pembahasan Tanggapan Responden.....	90
4.4.2	Pengaruh <i>Endorsement</i> Terhadap <i>Pleasure</i> Selebgram Anya Geraldine dan <i>Food Blogger</i> Tanboy Kun	92
4.4.3	Pengaruh <i>Endorsement</i> Terhadap <i>Arousal</i> Selebgram Anya Geraldine dan <i>Food Blogger</i> Tanboy Kun	93
4.4.4	Pengaruh <i>Pleasure</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Selebgram Anya Geraldine dan <i>Food Blogger</i> Tanboy Kun.....	93
4.4.5	Pengaruh <i>Arousal</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Selebgram Anya Geraldine dan <i>Food Blogger</i> Tanboy Kun.....	94
4.4.6	Pengaruh <i>Endorsement</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Selebgram Anya Geraldine dan <i>Food Blogger</i> Tanboy Kun.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran	96
5.2.1	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	96
5.2.2	Saran untuk Perusahaan	96
DAFTAR PUSTAKA.....		98
LAMPIRAN		103