

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kredibilitas Komunikator	12
2.2 <i>Brand Image</i>	15
2.3 <i>Social Media Influencer</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2.1 Jurnal Nasional	19
2.2.2 Jurnal Internasional	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.2.1 Operasional Variabel.....	28
3.1.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33

3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Data Primer.....	34
3.4.2	Data Sekunder.....	35
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.5.1	Uji Validitas.....	35
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.7	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	40
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.1	Uji Normalitas.....	40
3.8.2	Uji Heteroskedastisita.....	40
3.9	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.9.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	41
3.9.2	Analisis Koefisien Determinasi.....	42
3.6.4.3	Uji Hipotesis (Uji T).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Pengumpulan Data.....	44
4.2	<i>Screening Question</i>	44
4.2.1	<i>Screening Question 1</i>	44
4.2.2	<i>Screening Question 2</i>	45
4.2.3	<i>Screening Question 3</i>	45
4.3	Karakteristik Responden.....	46
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4	Analisis Deskriptif.....	48
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel X Kredibilitas Komunikator.....	48
4.4.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Sub Variabel Ethos.....	48
4.4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif Sub Variabel Pathos.....	50
4.4.1.3	Hasil Analisis Deskriptif Sub Variabel Logos.....	53
4.4.1.4	Hasil Analisis Variabel Kredibilitas Komunikator.....	55
4.4.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y <i>Brand Image</i>	56

4.4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Sub Variabel <i>Strength</i>	56
4.4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Sub Variabel <i>Favorability</i>	58
4.4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Sub Variabel <i>Uniqueness</i>	60
4.4.2.4 Hasil Analisis Variabel <i>Brand Image</i>	61
4.5 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	62
4.6 Uji Asumsi Klasik	63
4.6.1 Uji Normalitas	63
4.6.2 Uji Heterokedasdisitas	63
4.7 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	64
4.7.1 Analisis Koefisien Korelasi	65
4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi	66
4.7.3 Uji Hipotesis (Uji T).....	67
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.8.1 Variabel Kredibilitas Komunikator	68
4.8.1.1 Sub Variabel Ethos	69
4.8.1.2 Sub Variabel Pathos.....	69
4.8.1.3 Sub Variabel Logos	70
4.8.2 Variabel <i>Brand Image</i>	71
4.8.2.1 Sub Variabel <i>Strength</i>	71
4.8.2.2 Sub Variabel <i>Favorability</i>	71
4.8.2.3 Sub Variabel <i>Uniqueness</i>	72
4.8.3 Pengaruh Kredibilitas dr.Richard Lee Sebagai <i>Social Media Influencer</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Athena	73
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Teoritis.....	76
5.2.1 Saran Praktis.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	83