

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.6 Kebaruan Penelitian .....	18
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	20
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	20
2.1.2 Kredibilitas <i>Influencer</i> .....	21
2.1.3 Daya Tarik <i>Influencer</i> .....	22
2.1.4 <i>Online Customer Reviews</i> .....	23
2.1.5 <i>Attitude</i> .....	25
2.1.6 <i>Brand Loyalty</i> .....	26
2.1.7 <i>Brand Awareness</i> .....	28
2.1.8 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	29
2.1.9 <i>Purchase Intention</i> .....	30
2.2 Kerangka Pemikiran.....	41

2.2.1 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	41
2.2.2 Pengaruh Daya Tarik <i>Influencer</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	42
2.2.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	43
2.2.4 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	44
2.2.5 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	44
2.2.6 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	45
2.2.7 Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	46
2.2.8 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	46
2.2.9 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	47
2.3 Hipotesis Penelitian.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>49</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	50
3.3 Tahapan Penelitian.....	53
3.4 Populasi dan Sampel.....	54
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.6.1 Uji Validitas.....	56
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2 Analisis Verifikatif.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>61</b>
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	69
4.2.3 Analisis Verifikatif.....	76
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.3.1 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	87
4.3.2 Pengaruh Daya Tarik <i>Influencer</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	87

4.3.3 Pengaruh Online Customer Review terhadap Attitude .....	88
4.3.4 Pengaruh Attitude terhadap Brand Loyalty .....	88
4.3.5 Pengaruh Attitude terhadap Brand Awareness .....	89
4.3.6 Pengaruh Attitude terhadap Electronic Word of Mouth .....	89
4.3.7 Pengaruh Brand Loyalty terhadap Purchase Intention .....	90
4.3.8 Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention .....	90
4.3.9 Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention .....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	xiii