

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3    Perumusan Masalah .....	11
1.4    Tujuan Penelitian .....	13
1.5    Manfaat Penelitian .....	13
1.5.1    Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2    Manfaat Praktis.....	13
1.6    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II .....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1    Teori dan Penelitian Terdahulu .....	16
2.1.1    Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2    Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3    Social Media Influencer .....	20
2.1.3    Purchase Intention .....	22
2.1.4    Brand Loyalty.....	23
2.2    Jurnal Nasional.....	18
2.3    Jurnal Internasional.....	24
2.4    Kerangka Pemikiran .....	32
2.5    Hipotesis Penelitian .....	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN .....	34

3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Operasional Variabel .....	34
3.2.1	Skala Pengukuran.....	38
3.3	Tahapan Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel .....	41
3.4.1	Populasi .....	41
3.4.2	Sampel .....	41
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	43
3.5.1	Sumber Data Primer.....	43
3.5.2	Sumber Data Sekunder.....	44
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
3.6.1	Uji Validitas .....	44
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	46
3.7	Teknik Analisis Data .....	47
3.7.1	Structural Equation Model-Partial Least <i>Square</i> (SEM-PLS) .	47
3.7.2	Pengujian Hipotesis.....	55
<b>BAB IV .....</b>		<b>57</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>57</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan.....	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Perbulan .....	60
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	61
4.2	Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	62
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
4.3.1	Pengaruh Social Media Influencer terhadap Brand Loyalty.....	73
4.3.2	Pengaruh Social Media Influencer terhadap Purchase Intention .	73
4.3.3	Pengaruh Social Media Influencer terhadap Brand Loyalty dengan Purchase Intention sebagai Variabel Mediasi .....	74
<b>BAB V.....</b>		<b>76</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>76</b>
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Saran.....	77

<b>5.1.1 Saran Praktis .....</b>	<b>77</b>
<b>5.1.2 Saran Teoritis .....</b>	<b>77</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>