

DAFTAR ISI

TESIS	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	v
FORM DEKLARASI TERKAIT PLAGIARISME	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Hanasui.....	3
1.1.2 Oh My Glam.....	4
1.1.3 Wardah	6
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.5.1 Aspek Praktis.....	22
1.5.2 Aspek Teoritis.....	22
1.6 Sistematika Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	24

2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian	24
2.1.1	<i>Number of followers</i>	24
2.1.2	<i>Perceived source credibility</i>	26
2.1.3	<i>Electronic word of mouth</i>	27
2.1.4	<i>Argument quality</i>	30
2.2	Hubungan Antar Variabel	32
2.2.3	Hubungan <i>Number of followers</i> dengan <i>Perceived source credibility</i>	32
2.2.4	Hubungan <i>Perceived source credibility</i> dengan <i>Electronic word of mouth</i>	33
2.2.5	Hubungan <i>Number of followers</i> dengan <i>Electronic word of mouth</i>	33
2.2.6	Hubungan <i>Argument Quality</i> dengan <i>Perceived Source Credibility</i>	34
2.3	Penelitian Terdahulu	34
2.4	Kerangka Pemikiran	49
2.5	Hipotesis Penelitian	50
2.6	Ruang Lingkup Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN		51
3.1	Jenis Penelitian	51
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	51
3.2.1	Variabel Operasional	51
3.2.2	Skala Pengukuran	55
3.3	Tahapan Penelitian	56
3.4	Populasi dan Sampel	57
3.4.1	Populasi	57
3.4.2	Sampel	58

3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	59
3.5.1	Pengumpulan Data.....	59
3.6	Validitas dan Reliabilitas	59
3.6.1	Validitas.....	59
3.6.2	Reliabilitas	60
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	61
3.7.1	Teknik Analisis Data	61
3.7.2	Structural Equation Model (SEM).....	62
3.7.3	Partial Least <i>Square</i> (PLS)	63
3.7.4	Pengukuran Model (<i>Outer model</i>).....	63
3.7.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner model</i>)	65
3.8	Efek Mediasi	66
3.9	Efek Moderasi	67
3.10	Pengujian Hipotesis	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Karakteristik Responden.....	69
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	71
4.1.5	Analisis Crosstab Antar Karakteristik	72
4.2	Analisis Deskriptif	75
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Number of followers</i>	76
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived source credibility</i> ...	79

4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic word of mouth</i>	83
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Argument quality</i>	87
4.3	Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	91
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer model</i>).....	91
4.3.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner model</i>)	96
4.3.3	Uji Hipotesis.....	100
4.4	Multi Group Analysis Karakteristik Responden (Generation Z)..	106
4.4.1	Usia 10 – 15 tahun.....	106
4.4.2	Usia 16 – 21 tahun.....	108
4.4.3	Usia 22 - 27 tahun	109
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	110
4.5.1	<i>Number of followers</i> (micro dan meso <i>influencer</i>) berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>Perceived source credibility</i>	110
4.5.2	<i>Perceived source credibility</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	110
4.5.3	<i>Number of followers</i> (micro dan meso <i>influencer</i>) berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	111
4.5.4	<i>Number of followers</i> (micro dan meso <i>influencer</i>) berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>Electronic word of mouth</i> melalui <i>Perceived source credibility</i>	112
4.5.5	<i>Argument quality</i> memperkuat hubungan antara <i>Number of followers</i> (micro dan meso <i>influencer</i>) terhadap <i>Perceived source credibility</i>	113
4.5.6	<i>Argument quality</i> memperkuat hubungan antara <i>Perceived source credibility</i> terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		115
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran	118

5.2.1 Aspek Praktis.....	118
5.2.2 Aspek Teoritis	121
5.3 Kontribusi Teoritis.....	122
5.4 Kontribusi Praktis	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	135