

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran <i>Influencer</i> .....	13
2.2.1 Citra Merek .....	14
2.3.1 Kesukaan Merek.....	16
2.4.1 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Model Penelitian .....	27
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III .....	31
METODE PENELITIAN.....	31

3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Objek Penelitian .....	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.	Sumber Data .....	34
3.4.2.	Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5	Definisi Operasional .....	36
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
3.7	Analisis Data .....	39
3.7.1.	Uji Statistik Deskriptif.....	39
3.7.2.	Uji Instrumen Data .....	40
3.7.3.	Asumsi SEM.....	41
3.7.4.	Analisis Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	46
3.8	Pengujian Hipotesis .....	49
BAB IV.....		51
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....		51
4.1	Hasil Analisis Data .....	51
4.1.1	Karakteristik Responden.....	51
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	57
4.1.3	Hasil Uji Instrumen Data .....	61
4.1.4	Uji Asumsi SEM.....	69
4.1.5	Hasil Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	72
4.1.6	Pengujian Hipotesis .....	77
4.2	Pembahasan .....	79
BAB V .....		84
KESIMPULAN .....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran .....	85
5.2.1	Saran Teoritis .....	85
5.2.2	Saran Praktis .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....		87