

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORISINALITAS SKRIPSI, SUMBER INFORMASI, PELIMPAHAN HAK CIPTA DAN KESEDIAAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Kajian Teori	13
2.1.1. <i>Key Opinion Leader</i> (KOL)	13
2.1.2. <i>Attitude Toward KOL</i> (Sikap Terhadap KOL)	16
2.1.3. <i>Repurchase Intention</i>	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pemikiran Penelitian	27
2.4. Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Antar Variabel	29
2.4.1. Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	29
2.4.2. Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Attitude Toward KOL</i>	30
2.4.3. Pengaruh <i>Attitude Toward KOL</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	31

2.4.4. Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> dimediasi oleh <i>Attitude Toward KOL</i>	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Objek Penelitian.....	33
3.3. Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	34
3.3.3. Teknik Sampling	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Definisi Operasional	36
3.6. Teknik Analisis Data	37
3.7. Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	38
3.8. Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i>	40
3.9. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2. Profile Responden.....	42
4.2.1. Jenis Kelamin	43
4.2.2. Usia.....	43
4.3. Analisis Deskriptif Variabel	44
4.3.1. Statistik Variabel Deskriptif <i>Key Opinion Leader</i>	45
4.3.2. Statistik Variabel Deskriptif <i>Attitude Toward KOL</i>	46
4.3.3. Statistik Variabel Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	46
4.4. Hasil Uji Statistik Inferensial.....	47
4.4.1. Uji <i>Measurment Model (Outer Model)</i>	47
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.4.3. Cronbach's Alpha.....	51
4.5. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	52
4.5.1. Uji Determinant	52
4.5.2. Uji <i>Effect Size (F²)</i>	52
4.6. Uji Hipotesis	53

4.7. Pembahasan.....	55
4.7.1. Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	55
4.7.2. Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Attitude Toward KOL</i>	56
4.7.3. Pengaruh <i>Attitude Toward KOL</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	56
4.7.4. Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Melalui <i>Attitude Toward KOL</i>	57
4.8. Implikasi.....	58
4.8.1. Impkasi Teoritis	58
4.8.2. Implikasi Praktis	58
BAB V.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	73