

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Bagi Akademisi	11
1.4.2 Bagi Perusahaan	12
1.5 Batasan Geografis Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Minat Beli Konsumen	14
2.1.2 Kredibilitas <i>Influencer</i>	15
2.1.3 Citra Merk	17
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Pengembangan Hipotesis	22
2.4.1 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Minat Beli	22
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	23
2.4.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Citra Merek	23

2.4.4 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap Minat Beli yang dimediasi Citra Merek.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Objek Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.3.1 Populasi Penelitian.....	27
3.3.2 Sampel Penelitian	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Definisi Operasional	30
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	34
3.7 Uji Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	34
3.8 Uji Structural Model (<i>Inner Model</i>)	36
3.9 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	39
4.2 Karakteristik Responden.....	39
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	43
4.3.1 Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i>	43
4.3.2 Variabel Citra Merek	44
4.3.3 Variabel Minat Beli	45
4.4 Uji Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	45
4.4.1 Uji Validitas.....	45
4.4.2 Uji Reliabilitas	47
4.5 Uji <i>Structural Model</i> (<i>Inner Model</i>).....	48
4.6 Pengujian Hipotesis	50
4.7 Pembahasan	54
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	54
4.7.2 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Citra Merek	55
4.7.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Minat Beli	56
4.7.4 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Minat Beli	

Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi	57
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	67

