

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Signifikansi Penelitian.....	17
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Teori Kredibilitas	19
2.1.1 Keahlian (<i>Expertise</i>)	21
2.1.2 Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	21
2.1.3 Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	21
2.2 Kredibilitas <i>Influencer</i>	22
2.2.1 Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap Citra Merek	25
2.2.3 Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3 <i>Influencer</i>	29
2.3.1 Pemasaran <i>Influencer</i>	33
2.3.2 Strategi Pemasaran <i>Influencer</i>	34
2.3.4 Pemasaran <i>Influencer</i> dalam E-commerce	35
2.4 Citra Merek	35
2.2.1 Karakteristik.....	39
2.2.2 Peran.....	40
2.2.3 Pengukuran.....	45
2.5 Keputusan Pembelian Konsumen	46

2.5.1 Strategi Pemasaran Digital dan Personalisasi	52
2.6 Kerangka Berpikir	55
BAB III.....	58
METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1 Perspektif Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian	59
3.3 Sumber dan Pengambilan Data.....	61
3.4 Unit Analisis	61
3.4.1 Populasi.....	61
3.4.2 Sampel.....	62
3.4.3 Varibel Dependen dan Independen	64
3.5 Operasional Variabel	65
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat	70
3.6.1 Uji Validitas	70
3.6.2 Uji Reliabilitas	73
3.7 Analisis Data.....	76
3.7.1 Analisis Data Deskriptif	76
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
3.7.4 Uji Hipotesis	80
HASIL DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	82
4.1.2 Pengumpulan Data.....	83
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	84
4.2.1 Deskripsi Responden.....	84
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	85
4.3 Uji Asumsi Klasik	88
4.3.1 Uji Normalitas Residual	88
4.3.3 Uji Multikolinieritas	89
4.3.4 Uji Autokorelasi	90
4.4 Uji Path	90

4.4.1 Pengujian pengaruh langsung terhadap Citra Merek (Y1).....	90
4.5 Pembahasan	93
BAB V.....	110
5.1 KESIMPULAN.....	110
5.2 SARAN.....	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023).....	3
Gambar 1.2 Live Shooping JKT48 & Brand fashion local Erigo di Shopee .	11
Gambar 1.3 Kolaborasi Shopee dengan JKT48 unuk video musik.....	12
Gambar 1.4 Kolaborasi Tokopedia dengan Kobo Kanaeru	13



DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Tabel Operasional dan Indikator.....	65
Tabel 3 2 Hasil Validitas Item	71
Tabel 3 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4 1 Karakteristik Responden	84
Tabel 4 2 Deskripsi Kredibilitas Influencer (X)	85
Tabel 4 3 Deskripsi Citra Merek.....	86
Tabel 4 4 Deskripsi Keputusan Pembelian Konsumen	87
Tabel 4 5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	88
Tabel 4 6 Hasil Uji Glejser.....	89
Tabel 4 7 Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF).....	89
Tabel 4 8 Hasil Uji Durbin Watson	90
Tabel 4 9 Hasil Uji Path Pengaruh Langsung terhadap Citra Merek (Y1) ...	90
Tabel 4 10 Hasil Uji Path Pengaruh Langsung terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Y2).....	91