

DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL.....

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....Error!
Bookmark not defined.

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ..Error! Bookmark
not defined.

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....Error! Bookmark not
defined.

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR..... vi

BAB I..... 1

PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Rumusan Masalah Penelitian 5

1.3 Pertanyaan Penelitian 8

1.4 Tujuan Penelitian 9

1.5 Ruang Lingkup Penelitian..... 10

1.6 Kontribusi Penelitian 10

1.7 Garis Besar Penelitian 11

BAB II 13

KAJIAN PUSTAKA 13

2.1 Definisi Influencer 13

2.1.1 Definisi Influencer marketing 14

2.2 Advertising disclosure..... 16

2.3 Sumber Kredibilitas 19

2.3.1 Daya tarik (attractiveness)..... 20

2.3.2 Kepercayaan (trustworthiness)..... 21

2.3.3 Keahlian (expertise) 21

2.4 Niat beli (purchase intention)..... 22

2.6 Studi-studi sebelumnya 24

2.7 Keterkaitan antar variable 28

2.7.1 Advertising disclosure and Attractiveness 29

2.7.2 Advertising disclosure and Trustworthines..... 30

2.7.3 Advertising disclosure and Expertise.....	31
2.7.4 Attractiveness and Purchase Intention	31
2.7.5 Trustworthiness and Purchase Intention	32
2.7.6 Expertise and Purchase Intention	33
2.8 Kerangka Penelitian.....	35
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma penelitian.....	36
3.2 Penelitian Kuantitatif	39
3.3 Desain Penelitian.....	39
3.4 Objek Penelitian	40
3.5 Unit Analisis.....	40
3.6 Pengukuran Variabel.....	42
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional.....	45
3.8 Pengukuran Skala.....	48
3.10 Etika dalam Pengumpulan Data	51
3.11 Sampling	52
3.12 Ukuran Sampel.....	53
3.13 Metode dalam Analisis Data	54
3.14 Goodness of the Data	55
3.14.1 Validitas	55
3.14.2 Reliabilitas.....	57
3.15 Structural Equation Modeling (SEM).....	58
3.16 SmartPLS.....	61
BAB IV	62
DATA ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Profil Responden.....	63
4.2 Usia	63
4.3 Jenis Kelamin	64
4.4 Pekerjaan	65
4.5 Domisili.....	66
4.6 Pendapatan per bulan	66
4.7 Pengeluaran per bulan dalam produk perawatan wajah dan badan.....	67
4.8 Uji Aktual.....	68
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88

5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi Teoritis	90
5.3 Implikasi Manajerial	91
5.4 Keterbatasan Penelitian	97
5.5 Rekomendasi untuk Peneliti selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	1



DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. Data penggunaan media sosial di Indonesia tahun 2022.....</i>	<i>2</i>
<i>Gambar 2. Source of brand discovery 2022</i>	<i>3</i>
<i>Gambar 3. Platform media sosial yang sering digunakan pada tahun 2022</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 4. Influencer endorsement Scarlett Whitening.....</i>	<i>7</i>
<i>Gambar 5. Penguasa brand produk kecantikan di Tokopedia dan Shopee April-Juni 2022.....</i>	<i>8</i>
<i>Gambar 6. Contoh influencer “Jasmine Samali” menggunakan konten berbayar dan konten tidak berbayar</i>	<i>18</i>
<i>Gambar 7. Contoh influencer “Fadil Jaidi” menggunakan fitur paid partnership dengan scarlett whitening</i>	<i>19</i>
<i>Gambar 9. Kerangka Model Penelitian.....</i>	<i>35</i>
<i>Gambar 10. Model Konseptual.....</i>	<i>44</i>
<i>Gambar 4.8 Path Coeficient</i>	<i>72</i>

DAFTAR TABEL

<i>Table 1. Perbandingan disclosure dan non-disclosure.....</i>	<i>17</i>
<i>Table 2. Tinjauan Pustaka</i>	<i>28</i>
<i>Table 3. Definisi Paradigma menurut Para Ahli</i>	<i>37</i>
<i>Table 4. Perbedaan penelitian kuantitatif dan kualitatif</i>	<i>38</i>
<i>Table 5. Definisi Konseptual dan Operasional.....</i>	<i>45</i>
<i>Table 6. Skala Likert.....</i>	<i>49</i>
<i>Table 7. Perbedaan Karakteristik Variabel berdasarkan skala.....</i>	<i>49</i>
<i>Table 8. Rule of Thumb untuk Uji Validitas.....</i>	<i>57</i>
<i>Table 9. Rule of Thumb untuk Uji Reliabilitas</i>	<i>58</i>
<i>Tabel 4.1 Persentase Usia</i>	<i>64</i>
<i>Tabel 4.2 Persentase Jenis Kelamin</i>	<i>64</i>
<i>Tabel 4.3 Persentase Pekerjaan</i>	<i>65</i>
<i>Tabel 4.4 Persentase domisili.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabel 4.5 Persentase pendapatan per bulan.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabel 4.6 Persentase pengeluaran per bulan</i>	<i>68</i>
<i>Tabel 4.7 Statistik Deskriptif</i>	<i>69</i>
<i>Tabel 4.8 Hasil Pengolahan data Outer loadings</i>	<i>74</i>
<i>Tabel 4.8.2 Hasil Pengolahan Data Average Variance Extracted (AVE).....</i>	<i>75</i>
<i>Tabel 4.8.3 Hasil Pengolahan Data Uji Discriminant Validity (HTMT).....</i>	<i>76</i>
<i>Tabel 4.8.4 Hasil Pengolahan data VIF</i>	<i>78</i>
<i>Tabel 4.8.5 Hasil Pengolahan data cronbach's alpha dan composite reliability. 79</i>	
<i>Tabel 4.8.6 Hasil Pengolahan data R-square.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabel 4.8.7 Hasil Pengolahan data Q-square</i>	<i>81</i>
<i>Tabel 4.8.8 Hasil Pengolahan data Model Fit.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabel 4.8.9 Hasil Pengolahan data Model Fit.....</i>	<i>84</i>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	1
LAMPIRAN B	6

