

DAFTAR ISI

JUDUL.....	ii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	19
1.3. Tujuan Penelitian.....	20
1.4. Manfaat Penelitian	20
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	21
1.4.2. Manfaat Praktis.....	21
1.5. Batasan Masalah	22

1.6. Sistematika Penulisan	23
BAB 2.....	24
TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1. Landasan Teori	24
2.1.1. <i>Loyalty to the influencer</i>	24
2.1.2. <i>Expertise</i>	26
2.1.3. <i>Authenticity</i>	28
2.1.4. <i>Physical attractiveness</i>	29
2.1.5. <i>Homophily</i>	31
2.1.6. <i>Trust</i>	32
2.2. Telaah Literatur	34
2.3. Penelitian Terdahulu	47
2.4. Model Penelitian	49
2.5. Pengembangan Hipotesis	49
2.5.1. Pengaruh <i>Expertise</i> terhadap <i>Trust</i>	49
2.5.2. Pengaruh <i>Authenticity</i> terhadap <i>Trust</i>	52
2.5.3. Pengaruh <i>Physical attractiveness</i> terhadap <i>Trust</i>	53
2.5.4. Pengaruh <i>Homophily</i> terhadap <i>Trust</i>	55
2.5.5. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty to Influencer</i>	56
2.6. Bagan Alur Berpikir.....	59
BAB 3.....	61
METODOLOGI PENELITIAN	61
3.1. Paradigma Penelitian.....	61

3.2.	Metode Kuantitatif.....	61
3.3.	Tujuan Penelitian	62
3.4.	Unit Analisis	62
3.5.	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	63
3.6.	Pengukuran Variabel	63
3.7.	Definisi Operasional Variabel	64
3.8.	Skala Pengukuran	67
3.9.	Metode Pengumpulan Data	68
3.9.1.	Data Primer.....	68
3.9.2.	Data Sekunder	68
3.10.	Etika Pengumpulan Data	68
3.11.	Populasi dan Sample	69
3.12.	Teknik Sampling.....	69
3.13.	Metode Analisis Data	70
3.13.1.	Pengolahan Data	70
3.13.2.	<i>Structural Equation Modelling Partial Least Square</i>	71
3.13.2.1.	Outer model	71
3.13.2.2.	Inner Model	73
BAB 4.....		78
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1.	Gambaran Umum Akun TikTok Laura Siburian	78
4.2.	Profil Responden	83

4.3.	Tanggapan Responden	85
4.3.1.	Analisis Tanggapan Variabel <i>Expertise</i>	86
4.3.2.	Analisis Tanggapan Variabel <i>Authenticity</i>	87
4.3.3.	Analisis Tanggapan Variabel <i>Physical attractiveness</i>	89
4.3.4.	Analisis Tanggapan Variabel <i>Homophily</i>	90
4.3.5.	Analisis Tanggapan Variabel <i>Trust</i>	92
4.3.6.	Analisis Tanggapan Variabel Loyalty to the influencer.....	93
4.4.	Analisis Descriptive	95
4.4.1.	Variabel <i>Expertise</i>	95
4.4.2.	Variabel <i>Authenticity</i>	96
4.4.3.	Variabel <i>Physical Attractiveness</i>	98
4.4.4.	Variabel <i>Homophily</i>	100
4.4.5.	Variabel <i>Trust</i>	101
4.4.6.	Variabel Loyalty to the Influencer	103
4.5.	Pengujian Kualitas Data dan Kelayakan Model	104
4.5.1.	Outer Model.....	105
4.5.1.1.	Validitas Konvergen.....	106
4.5.1.2.	Validitas Diskriminan.....	108
4.5.1.3.	Reliabilitas	110
4.5.2.	Multikolinearitas.....	111
4.5.3.	Inner Model	113
4.5.3.1.	R Square.....	113
4.5.3.2.	<i>F -Square</i>	115
4.5.3.3.	Q Square.....	118
4.5.3.4.	Hasil Uji Hipotesis.....	119
4.6.	Analisa Per Hipotesis	121
4.6.1.1.	Pengaruh Positif <i>Expertise</i> terhadap <i>Trust</i>	121

4.6.1.2.	Pengaruh Positif <i>Authenticity</i> terhadap <i>Trust</i>	122
4.6.1.3.	Pengaruh Negatif <i>Physical Attractiveness</i> terhadap <i>Trust</i>	124
4.6.1.4.	Pengaruh Positif <i>Homophily</i> terhadap <i>Trust</i>	125
4.6.1.5.	Pengaruh positif Trust terhadap Loyalty To The Influencer	127
4.7.	Analisa Model Secara Keseluruhan	128
BAB 5.....		131
KESIMPULAN.....		131
5.1.	Simpulan	131
5.1.1.	Simpulan atas hipotesis	133
5.1.1.1.	<i>Expertise</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Trust</i>	133
5.1.1.2.	<i>Authenticity</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Trust</i>	135
5.1.1.3.	<i>Physical attractiveness</i> Tidak Berpengaruh terhadap <i>Trust</i>	137
5.1.1.4.	<i>Homophily</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Trust</i>	138
5.1.1.5.	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty to the influencer</i>	140
5.1.2.	Simpulan Atas Masalah Penelitian	142
5.2.	Implikasi.....	143
5.2.1.	Implikasi Teoritis	143
5.2.2.	Implikasi Manajerial.....	144
5.3.	Keterbatasan dan Saran	146
DAFTAR PUSTAKA		148
LAMPIRAN.....		161
LAMPIRAN A : KUESIONER		161
LAMPIRAN B : TABULASI DATA RESPONDEN.....		164
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....		168

FREKUENSI.....	169
OUTER MODEL.....	169
UJI VALIDITAS KONVERGEN	169
UJI VALIDITAS DISKRIMINAN.....	170
UJI RELIABILITAS.....	171
UJI MULTIKOLINEARITAS	171
INNER MODEL.....	172
UJI R-SQUARE.....	172
UJI F-SQUARE	173
UJI Q-SQUARE	173
UJI HIPOTESIS.....	173
LAMPIRAN D : TURNITIN.....	174

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pesaing Akun TikTok Laura Siburian	9
Tabel 2.1. Tabulasi Jurnal Pendukung.....	34
Tabel 3.1. Tabel Definisi Operasional.....	64
Tabel 4.1. Persentase Jenis Kelamin Responden	83
Tabel 4.2. Persentase Usia Responden	84
Tabel 4.3. Interval Nilai Tanggapan Responden	85
Tabel 4.4. Analisis Variabel Expertise.....	86
Tabel 4.5. Analisis Variabel Authenticity	87
Tabel 4.6. Analisis Variabel Physical Attractiveness.....	89
Tabel 4.7. Analisis Variabel Homophily.....	91
Tabel 4.8. Analisis Variabel Trust.....	92
Tabel 4.9. Analisis Variabel Loyalty to the Influencer	93
Tabel 4.10. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Expertise	95
Tabel 4.11. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Authenticity	96
Tabel 4.12. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Physical Attractiveness.....	98
Tabel 4.13. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Homophily	100
Tabel 4.14. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Trust	101
Tabel 4.15. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalty to the Influencer	103
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas Konvergen – Outer loadings	106
Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas Konvergen - AVE.....	107

Tabel 4.18. Hasil Uji Validitas Diskriminan - HTMT PLS-SEM	108
Tabel 4.19. Hasil Uji Validitas Diskriminan - HTMT Inference	109
Tabel 4.20. Hasil Uji Reliabilitas	111
Tabel 4.21. Hasil Uji Multikolinearitas - VIF	112
Tabel 4.22. Hasil Uji R-Square	114
Tabel 4.23. Hasil Uji F-Square	115
Tabel 4.24. Hasil Uji Q-Square	118
Tabel 4.25. Hasil Uji Hipotesis - Path Coefficient	119
 Tabel 5.1. Implikasi Teoritis	 143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Alasan Masyarakat Menggunakan Media Sosial	3
Gambar 1.2. Aplikasi Yang Paling Banyak Digunakan	4
Gambar 1.3. Laman Akun TikTok Laura Siburian.....	8
Gambar 1.4. Loyalty to the Influencer pengikut akun TikTok Laura Siburian	10
Gambar 1.5. Keahlian (Expertise) Laura Siburian	11
Gambar 1.6. Keaslian (Authenticity) Laura Siburian	12
Gambar 1.7. Daya tarik fisik (physical attractiveness) Laura Siburian	13
Gambar 1.8. Homophily Pada Akun TikTok Laura Siburian.....	14
Gambar 1.9. Salah satu bentuk kepercayaan (trust) pengikut Laura Siburian	15
Gambar 2.1 Model Penelitian Jurnal Terdahulu.....	48
Gambar 2.2. Model Penelitian	49
Gambar 4. 1.Video Ulasan Produk Pertama Laura Siburian pada akun TikToknya	78
Gambar 4.2. Playlist Konten Akun TikTok Laura Siburian	79
Gambar 4.3. Konten Packing Giveaway	80
Gambar 4.4. Interaksi Dalam Akun TikTok Laura Siburian	81
Gambar 4.5. Pengaruh Laura Siburian ke influencer lain	82
Gambar 4.6. Outer Model Penelitian	105
Gambar 4.7. Inner Model Penelitian	113

DAFTAR LAMPIRAN

<i>LAMPIRAN</i>	161
LAMPIRAN A : KUESIONER.....	161
LAMPIRAN B : TABULASI DATA RESPONDEN	164
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	168
FREKUENSI.....	169
OUTER MODEL	169
UJI VALIDITAS KONVERGEN.....	169
UJI VALIDITAS DISKRIMINAN.....	170
UJI RELIABILITAS	171
UJI MULTIKOLINEARITAS.....	171
INNER MODEL	172
UJI R-SQUARE	172
UJI F-SQUARE.....	173
UJI Q-SQUARE.....	173
UJI HIPOTESIS	173
LAMPIRAN D : TURNITIN	174