

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Masalah Penelitian	19
1.3. Tujuan Penelitian	20
1.4. Manfaat Penelitian	21
1.4.1. Manfaat Teoritis	21
1.4.2. Manfaat Praktis	22
1.5. Batasan Masalah.....	22
1.6. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	25
2.1. Landasan Teori.....	25
2.1.1. <i>Buying Behavior</i>	25

2.1.2.	<i>Online Advertisement Clicking</i>	26
2.1.3.	<i>Social Identification</i>	27
2.1.4.	<i>Trendiness</i>	28
2.1.5.	<i>Relaxation</i>	29
2.1.6.	<i>Boredom</i>	30
2.1.7.	<i>Information Seeking</i>	31
2.2.	Penelitian Terdahulu	33
2.3.	Pengembangan Hipotesis	35
2.2.1.	Pengaruh <i>Trendiness</i> terhadap <i>Social Identification</i>	35
2.2.2.	Pengaruh <i>Relaxation</i> terhadap <i>Social Identification</i>	36
2.2.3.	Pengaruh <i>Boredom</i> terhadap <i>Social Identification</i>	37
2.2.4.	Pengaruh <i>Information Seeking</i> terhadap <i>Social Identification</i>	37
2.2.5.	Pengaruh <i>Trendiness</i> terhadap <i>Online Advertisement Clicking</i>	38
2.2.6.	Pengaruh <i>Social Identification</i> terhadap <i>Online Advertisement Clicking</i>	39
2.2.7.	Pengaruh <i>Social Identification</i> terhadap <i>Buying Behavior</i>	39
2.2.8.	Pengaruh <i>Online Advertisement Clicking</i> terhadap <i>Buying Behavior</i> 40	
2.4.	Telaah Literatur	41
2.5.	Model Penelitian	59
2.6.	Bagan Alur Berpikir	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		62
3.1.	Paradigma Penelitian	62
3.2.	Metode Kuantitatif	62
3.3.	Unit Analisis	63
3.4.	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	63

3.5.	Pengukuran Variabel	64
3.6.	Definisi Konseptual dan Operasional.....	65
3.7.	Skala Pengukuran.....	68
3.8.	Metode Pengumpulan Data	68
3.8.1.	Data Primer	68
3.8.2.	Data Sekunder	69
3.9.	Etika Pengumpulan Data.....	69
3.10.	Populasi dan Sampel	69
3.11.	Teknik <i>Sampling</i>	70
3.12.	Metode Analisis Data	71
3.12.1.	Statistik Deskriptif	71
3.12.2.	<i>Structural Equation Modelling (SEM) Partial Least Square</i>	72
3.12.2.1.	<i>Outer Model</i>	73
3.12.2.2.	<i>Inner Model</i>	74
3.13.	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	74
3.13.1.	Validitas Konvergen.....	75
3.13.2.	Validitas Diskriminan	75
3.13.3.	Reliabilitas.....	75
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1.	Gambaran Umum <i>Beauty Influencer</i> Tasya Farasya	78
4.2.	Analisis Data	80
4.2.1.	Statistik Deskriptif	80
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel.....	92
4.2.3.	<i>Outer Model</i>	102
4.2.4.	<i>Common Method Bias</i>	106

4.2.4.1. Multikolinearitas	106
4.2.5. <i>Inner Model</i>	107
4.3. Pembahasan	113
4.4. Analisis Model Secara Keseluruhan	124
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN	127
5.1. Simpulan	127
5.1.1. Simpulan atas Hipotesis	128
5.1.2. Simpulan atas Masalah Peneliti	135
5.2. Implikasi	137
5.2.1. Implikasi Teoritis	137
5.2.2. Implikasi Manajerial	139
5.3. Rekomendasi	146
DAFTAR PUSTAKA	148

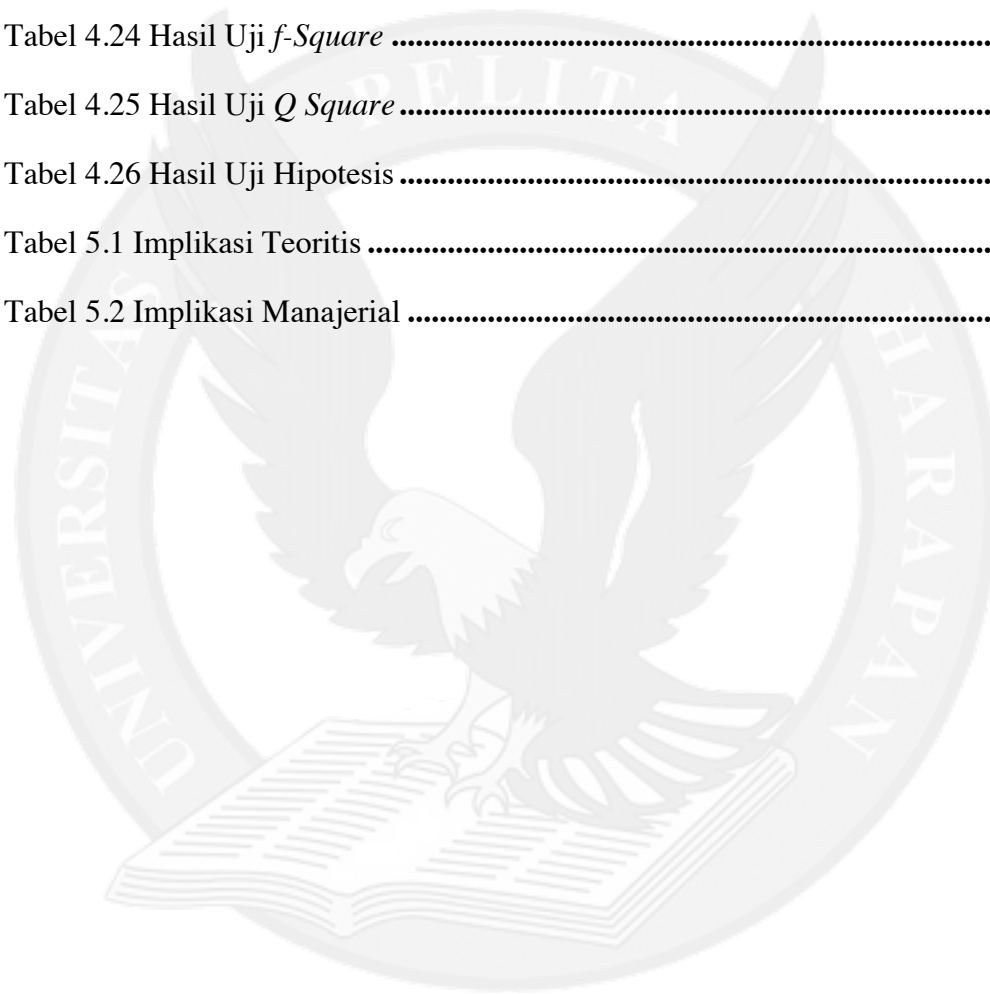
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Pengguna Internet di Indonesia 2023	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Januari 2023	3
Gambar 1.3 Pofil Tasya Farasya (Akun Instagram @tasyafarasya)	5
Gambar 1.4 Berbagai Produk yang telah di-endorse oleh Tasya Farasya	7
Gambar 1.5 Perilaku Pembelian (<i>Buying Behavior</i>) Pengikut Tasya Farasya	8
Gambar 1.6 Unggahan Instagram Tasya Farasya (<i>Online Advertisement Clicking</i>)	9
Gambar 1.7 Unggahan Instagram Tasya Farasya (<i>Social Identification</i>)	10
Gambar 1.8 Unggahan Instagram Tasya Farasya (<i>Trendiness</i>)	12
Gambar 1.9 Unggahan Instagram Tasya Farasya (<i>Relaxation</i>)	13
Gambar 1.10 Unggahan Instagram Tasya Farasya (<i>Boredom</i>)	14
Gambar 1.11 Unggahan Instagram Tasya Farasya (<i>Information Seeking</i>)	15
Gambar 2.1 Model Penelitian	59
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir	61
Gambar 4.1 Profil <i>Beauty Influencer</i> Tasya Farasya	78
Gambar 4.2 Diagram <i>Pie</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Gambar 4.3 Diagram <i>Pie</i> Responden Berdasarkan Usia	83
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	102
Gambar 4.5 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	107
Gambar 4.5 Model Penelitian (Hasil)	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Tasya Farasya	5
Tabel 2.1 Definisi Variabel	41
Tabel 2.2 Hubungan antar Hipotesis	47
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	66
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	82
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	84
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Trendiness</i>	84
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Relaxation</i>	85
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Boredom</i>	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Seeking</i>	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Social Identification</i>	89
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Online Advertisement Clicking</i>	90
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Buying Behavior</i>	91
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trendiness</i>	92
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Relaxation</i>	94
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Boredom</i>	95
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Information Seeking</i>	97
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Identification</i>	98
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Online Advertisement Clicking</i>	99

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Buying Behavior</i>	101
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Diskriminan – <i>HTMT</i>	105
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas	106
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>R-Square</i>	108
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>f-Square</i>	109
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Q Square</i>	110
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis	111
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	137
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	143



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER **A-1**

LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER..... **B-1**

LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF **C-1**

LAMPIRAN D : HASIL UJI PLAGIARISME **D-1**

