

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Model dan Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	52
A. Metode Penelitian.....	52
B. Metode Analisis.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Hasil Penelitian.....	69

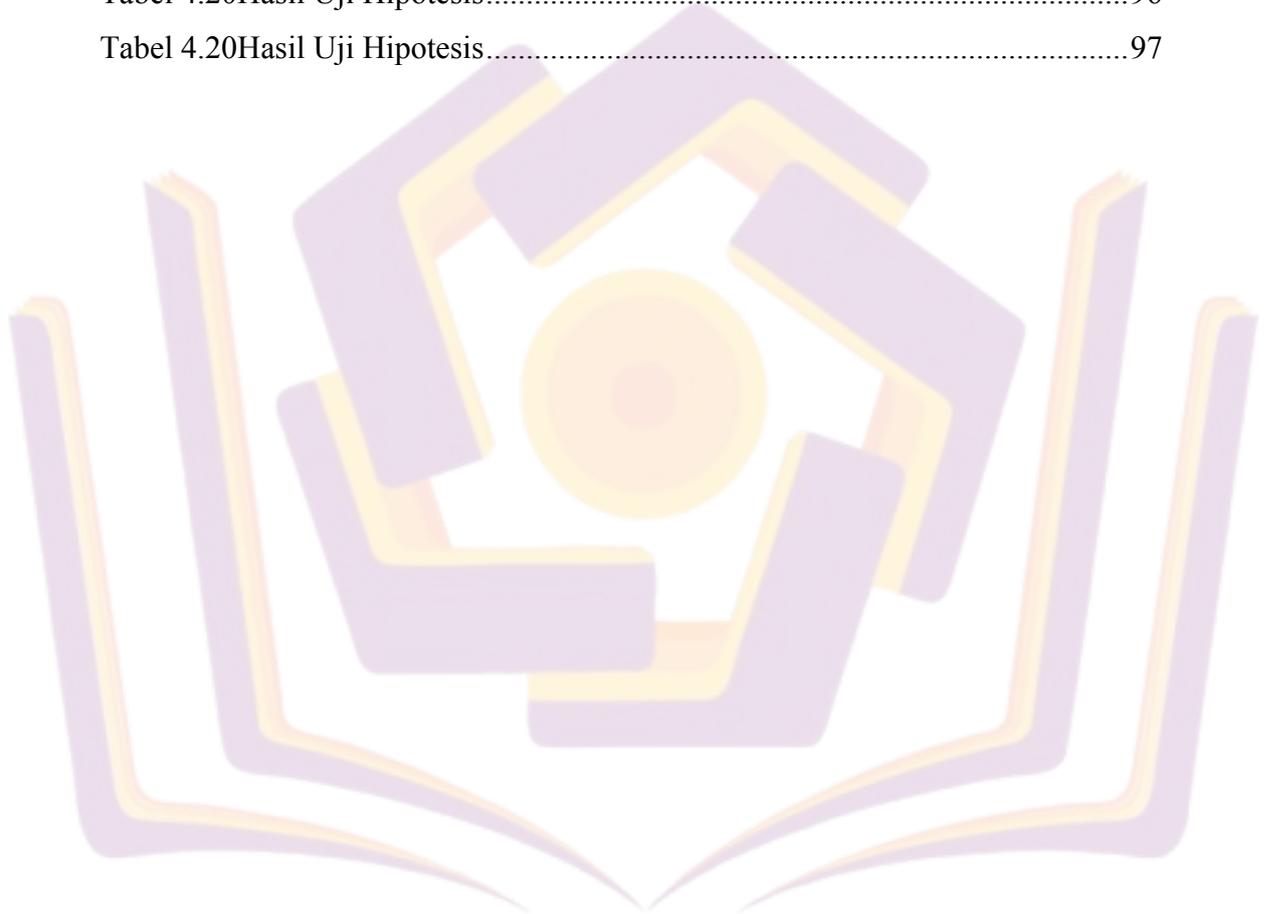
B. Pembahasan	97
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	38
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	39
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	40
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	41
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	42
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	43
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	56
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	58
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional (Lanjutan).....	59
Tabel 3.3 Desain Kuesioner.....	60
Tabel 3.3 Desain Kuesioner (Lanjutan).....	61
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Mahasiswa.....	69
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi.....	70
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan.....	70
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian.....	71
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel Influencer Endorsement.....	74
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel Influencer Endorsement (Lanjutan).....	75
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Influencer Credibility.....	76
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Influencer Credibility (Lanjutan).....	77
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Variabel Kepercayaan Konsumen.....	78
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Variabel Kepercayaan Konsumen (Lanjutan).....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas (Lanjutan).....	81
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	85

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	87
Hasil Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	88
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	93
Tabel 4.19 Hasil Uji MRA Metode Subgroup.....	94
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	96
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Brand Perawatan & Kecantikan Terlaris	2
Gambar 1.2 Statistik Data Influencer	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	45
Gambar 4.1 Grafik Uji MRA Metode Subgroup	89
Gambar 4.2 Grafik Uji MRA Metode Subgroup	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan

Lampiran 2 Wawancara Pra-survei

Lampiran 3 Lembar Kuesioner

Lampiran 4 Tabulasi Data

Lampiran 5 Hasil Output SPSS

