

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori Pendukung.....	16
2.2 Deskripsi Konseptual.....	19
1. Purchase intention.....	19
2. Iklan Media Sosial	24
3. Celebrity Endorser	32
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	40
1. Kerangka Teoritik.....	40
2. Hasil Penelitian yang Relevan	46

BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	62
1) Waktu Penelitian	62
2) Tempat Penelitian	62
3.2 Desain Penelitian.....	62
1) Metode Penelitian	62
2) Konstelasi Hubungan.Antar.VariabelI.....	64
3.3 Populasi dan Sampel.....	64
1) Populasi	64
2) Sampel	65
3.4 Pengembangan Instrumen.....	65
1) Interactivity (Variabel X1)	65
2) Informativeness (Variabel X2).....	67
3) Attractiveness (Variabel X3).....	69
4) Source Credibility (Variabel X4).....	71
5) Purchase Intention (Variabel Y)	73
3.5 Teknik Pengumpulan Data	75
3.6 Teknik Analisis Data	75
1) Uji Validitas dan Reliabilitas	75
2) Uji Asumsi Klasik.....	78
3) Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda.....	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	86
4.1 Deskripsi Data	86
1) Profil Responden.....	86
2) Profil Data.....	89
4.2 Hasil Analisis Data	101
1) Uji Validitas dan Reliabilitas	101
2) Uji Asumsi Klasik.....	104
3) Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda.....	109
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	114

BAB V	121
PENUTUP	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Implikasi	122
5.3 Keterbatasan Penelitian	124
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN	136



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Jumlah pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1.2 Persentase <i>Platform Social Media</i>	6
Gambar 1.3 Usia Pengguna Internet (Hasil survei awal peneliti)	9
Gambar 1.4 Pemilihan cara belanja responden (Hasil survei awal peneliti).....	10
Gambar 1.5 Alasan membeli produk yang menggunakan celebrity endorser.....	10
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	61
Gambar 4.1 Histogram <i>Interactivity</i>	92
Gambar 4.2 Histogram <i>Informativeness</i>	92
Gambar 4.3 Histogram <i>Attractiveness</i>	93
Gambar 4.4 Histogram <i>Source Credibility</i>	93
Gambar 4.5 Histogram <i>Purchase intention</i>	94



Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Interactivity</i>	66
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen	67
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Informativeness</i>	68
Tabel 3. 4 Skala Penilaian Instrumen	69
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Attractiveness</i>	70
Tabel 3. 6 Skala Penilaian Instrumen	71
Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Source Credibility</i>	71
Tabel 3. 8 Skala Penilaian Instrumen	72
Tabel 3. 9 Kisi-kisi Instrumen <i>Purchase intention</i>	73
Tabel 3. 10 Skala Penilaian Instrumen	74
Tabel 3. 11 Korelasi Pearson.....	83
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	85
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	86
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	86
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Domisili	87
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif.....	89
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban	94
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen	101
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	102
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	103
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	105
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	106

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Uji Autokorelasi	107
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik t	108
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji Statistik t.....	109
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik f	111
Tabel 4. 16 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	111
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	112



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian	133
Lampiran 2 – Hasil Uji Coba Kuesioner Penelitian dan Uji Validitas Awal.....	138
Lampiran 3 – Hasil Uji Coba Reabilitas Penelitian Awal.....	143
Lampiran 4 – Tabulasi data interactivity (X1)	145
Lampiran 5 - Tabulasi data informativeness (X2).....	150
Lampiran 6 - Tabulasi data attractiveness (X3)	155
Lampiran 7 – Tabulasi data source credibility (X4)	160
Lampiran 8 - Tabulasi data purchase intention (Y)	165
Lampiran 9 - Deskripsi Data Interactivity	170
Lampiran 10 - Deskripsi Data Informativeness.....	171
Lampiran 11 - Deskripsi Data Attractiveness	172
Lampiran 12 - Deskripsi Data Source Credibility	173
Lampiran 13 - Deskripsi Data Purchase Intention.....	174
Lampiran 14 - Hasil Output Uji Normalitas menggunakan SPSS.....	175
Lampiran 15 – Hasil Output Uji Multikolinieritas menggunakan SPSS	175
Lampiran 16 – Hasil Output Uji Heterokedastisitas menggunakan SPSS	176
Lampiran 17 – Hasil Output Uji Autokorelasi menggunakan SPSS	176
Lampiran 18 – Hasil Output Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t).....	176
Lampiran 19 – Hasil Output Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)	177
Lampiran 20 – Hasil Output Uji Korelasi Pearson.....	177
Lampiran 21 – Hasil Output Uji Koefisien Determinasi	177
Lampiran 22 – Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$	178



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*