

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| Bab I | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.1.1 Pertumbuhan Produk Lokal di Indonesia | 1 |
| I.1.2 Naiknya Tingkat Kompetitif Persaingan Usaha Online | 2 |
| I.1.3 media sosial Marketing | 4 |
| I.1.4 Pemasaran Influencer | 5 |
| I.2 Identifikasi Masalah | 7 |
| I.3 Rumusan Penelitian | 9 |
| I.4 Tujuan Penelitian | 9 |
| I.5 Manfaat Penelitian | 10 |
| I.6 Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB II | 12 |
| II.1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| II.2 Konsep Pemasaran Influencer | 14 |
| II.3 Konsep minat beli | 15 |
| II.4 Theoretical foundation : the theory of planned behavior (TPB) | 15 |
| II.5 Kerangka Konseptual | 16 |
| II.6 Pengembangan Hipotesis | 17 |
| BAB III | 22 |
| III.1 Desain Penelitian | 22 |
| III.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 22 |
| III.3 Populasi dan Sampel Penelitian | 29 |
| III.3.1 Populasi | 29 |
| III.3.2 Sampel | 29 |
| III.4 Metode Pengumpulan Data | 30 |
| III.5 Lokasi Penelitian | 31 |
| III.6 Metode Analisis Data | 32 |
| III.6.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis dan Perilaku Konsumen Produk Fashion Wanita Lokal | 32 |
| III.6.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Kredibilitas Influencer oleh Konsumen Fashion Wanita Lokal | 32 |
| III.6.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memiliki Minat Pembelian | 33 |

| | |
|--|-----------|
| III.6.4 Structural Equation Model (SEM) dan Partial Least Square (PLS) | 33 |
| III.6.5 Uji Validitas dan Reliabilitas | 34 |
| III.6.6 Uji.T | 35 |
| III.6.7 Uji.R2 | 36 |
| BAB IV | 37 |
| 4.1 Analisis Karakteristik Responden | 37 |
| 4.1.1 Pertanyaan Saringan | 38 |
| 4.1.2 Pertanyaan Demografis | 38 |
| 4.1.3 Pertanyaan Perilaku Konsumen | 44 |
| 4.2 Hasil Analisis Data | 51 |
| 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif | 51 |
| 4.2.2 Hasil Metode Pengukuran | 53 |
| 4.2.3 Hasil Model Struktural dan Uji Hipotesis | 55 |
| 4.3 Rangkuman Hasil Analisis Data | 70 |
| Bab V | 72 |
| 5.1 Kesimpulan | 72 |
| 5.2 Saran | 73 |
| 5.2.1 Para Pemilik Usaha | 73 |
| 5.2.2 Para Influencer Produk Fashion Wanita Lokal | 74 |
| 5.2.3 Media Sosial yang Digunakan | 74 |
| 5.2.4 Penelitian Selanjutnya | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |