

DAFTAR ISI

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Ruang Lingkup	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
F. Kerangka Penulisan	18
TELAAH KEPUSTAKAAN	20
A. Landasan Teori.....	20
B. Definisi Variabel	21
C. Kaitan Antar Variabel	30
D. Penelitian Terdahulu	37
E. Kerangka Pemikiran	44
F. Hipotesis Penelitian	46
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Jenis dan Periode Penelitian	48
1. Desain Eksperimen	48
2. Perlakuan	49
3. Partisipan	51
4. Prosedur eksperimen	52
5. Uji Manipulasi	54
B. Sumber dan Pengumpulan Data	54
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	54

D.	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	55
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas → outer model	59
1.	Validitas	59
2.	Reliabilitas	60
F.	Teknik Analisis Data	61
G.	Pengujian Hipotesis Penelitian	62
BAB IV		63
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		63
A.	Deskriptif Subjek Penelitian	63
1.	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia	63
2.	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	64
3.	Seberapa lama telah menggunakan Instagram	65
4.	Frekuensi Penggunaan Instagram dalam Sehari	66
5.	Keperluan Penggunaan Instagram	67
B.	Deskriptif Objek Penelitian	68
1.	Sikap kepada Influencer virtual	68
2.	Sikap kepada Penempatan Produk	71
3.	Sikap kepada Merek	72
4.	Niat Beli	72
C.	Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	73
1.	Validitas	73
2.	Reliabilitas	74
D.	Hasil Analisis Data	75
E.	Hasil Uji Hipotesis	77
F.	Pembahasan	83
BAB V		101
PENUTUP		101
A.	Kesimpulan	101
B.	Keterbatasan dan Saran	102
Daftar Pustaka		106
LAMPIRAN		122
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		146