

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	2
1.3.Tujuan Penelitian	3
1.4.Manfaat Penelitian	3
1.4.1. Teoritis	3
1.4.2. Praktis	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Penelitian Terdahulu	4
2.2.Komunikasi Persuasi	5
2.3.New Media	5
2.4.Media Sosial	6
2.5.Vlogger/Influencer/Key Opinion Leader	8
2.6.Vlog	9
2.7.Source Characteristics atau Ethos	10
2.7.1.Kredibilitas	10
2.7.2.Atraksi	12
2.7.3.Kekuasaan	13
2.8.Minat Beli	13
2.9.Kerangka Pemikiran	16
2.10.Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Metode Penelitian	17
3.2.Obyek Penelitian	18
3.3.Sumber Data	19
3.4.Populasi dan Sampel	19
3.4.1.Populasi	19
3.4.2.Sampel	20
3.5.Bahan Penelitian dan Unit Analisis	21
3.6.Definisi Operasional Variabel	21
3.7.Teknik Pengumpulan Data	22
3.8.Validitas dan Reliabilitas	24

3.8.1. Validitas	24
3.8.2. Reliabilitas	27
3.9. Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
4.2. Hasil Penelitian	35
4.2.1. Profil Responden	35
4.2.2. Analisis Variabel Pengaruh	37
4.2.3. Analisis Variabel Minat	43
4.2.4. Perhitungan Uji Validitan dan Reliabilitas	49
4.2.5. Perhitungan Uji Hipotesis	54
BAB V PEMBAHASAN	
5.1. Pembahasan Pengaruh <i>Source Characteristic Food Vlogger Nex</i> Carlos Terhadap Minat Beli <i>Subscribarnya</i>	57
5.2. Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	59
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	64
6.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	4
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran	16
Tabel 3.1 Definisi Variabel	21
Tabel 3.2 Tabel Skor	24
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X (<i>Source Characteristics</i>)	26
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)	27
Tabel 3.5 Test Variabel X (<i>Source Characteristics</i>)	27
Tabel 3.6 Test Variabel Y (Minat Beli)	28
Tabel 3.7 Tingkat Reliabilitas Alpha-Cronbach	29
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel X (<i>Source Characteristics</i>)	29
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)	30
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Mengakses Youtube	36
Tabel 4.5 Pernyataan Butir 1 Variabel X	37
Tabel 4.6 Pernyataan Butir 2 Variabel X	38
Tabel 4.7 Pernyataan Butir 3 Variabel X	38
Tabel 4.8 Pernyataan Butir 4 Variabel X	39
Tabel 4.9 Pernyataan Butir 5 Variabel X	39
Tabel 4.10 Pernyataan Butir 6 Variabel X	40
Tabel 4.11 Pernyataan Butir 7 Variabel X	41
Tabel 4.12 Pernyataan Butir 8 Variabel X	41
Tabel 4.13 Pernyataan Butir 9 Variabel X	42
Tabel 4.14 Pernyataan Butir 10 Variabel X	43
Tabel 4.15 Pernyataan Butir 1 Variabel Y	44
Tabel 4.16 Pernyataan Butir 2 Variabel Y	44
Tabel 4.17 Pernyataan Butir 3 Variabel Y	45
Tabel 4.18 Pernyataan Butir 4 Variabel Y	46
Tabel 4.19 Pernyataan Butir 5 Variabel Y	46
Tabel 4.20 Pernyataan Butir 6 Variabel Y	47
Tabel 4.21 Pernyataan Butir 7 Variabel Y	48
Tabel 4.22 Pernyataan Butir 8 Variabel Y	48
Tabel 4.23 Pernyataan Butir 9 Variabel Y	49
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Pengaruh <i>Source Characteristic</i> (X)	50
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Pengaruh <i>Source Characteristic</i> (X)	50

Tabel 4.26 Distribusi Frekuensi <i>Source Characteristic</i>	51
Tabel 4.27 Skor Kategori <i>Source Characteristic</i>	51
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Tingkat Minat Beli (Y).....	52
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Minat Beli (Y)	52
Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi Minat Beli.....	53
Tabel 4.31 Skor Kategori Minat Beli.....	53
Tabel 4.32 Ringkasan Model	54
Tabel 4.33 Uji Nilai Signifikan	55
Tabel 4.34 Uji Hipotesis	55
Tabel 4.35 Koefisien Regresi Linear	56
Tabel 5.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	59