

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>2</b>
<i>Influencer Marketing</i> .....	2
Inovasi Produk.....	3
Persepsi Harga .....	3
Minat Beli.....	4
Brand Image .....	4
<b>HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>5</b>
Hubungan antara Influencer Marketing dengan Brand Image.....	5
Hubungan antara Inovasi Produk dengan <i>Brand Image</i> .....	5
Hubungan antara Persepsi Harga dengan <i>Brand Image</i> .....	5
Hubungan antara <i>Influencer Marketing</i> dengan Minat Beli .....	6
Hubungan antara Inovasi Produk dengan Minat Beli .....	6
Hubungan antara Persepsi Harga dengan Minat Beli .....	6
Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan Minat Beli .....	7
<b>MODEL PENELITIAN.....</b>	<b>7</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>8</b>
Pengukuran .....	8
Desain Penelitian .....	8
Populasi dan Sampel.....	8
Metode Analisis Data .....	9

<b>HASIL</b> .....	<b>9</b>
Analisis Demografi Responden.....	9
Uji Validitas dan Reliabilitas.....	10
Analisis Ketepatan Model .....	10
Uji Analisis Jalur .....	10
<b>DISKUSI</b> .....	<b>13</b>
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	<b>16</b>
Kesimpulan.....	16
Keterbatasan Penelitian .....	17
Saran.....	17
Implikasi manajerial .....	17
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>19</b>