

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	ii
TANDA PENGESAHAN SIDANG.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Teori Kredibilitas Sumber (<i>source credibility theory</i>)	8
2.3 <i>Marketing Communication</i>	8
2.3.1 <i>Brand Ambassador</i>	9
2.3.2 Pertimbangan Pembelian	11
2.3.3 Media Sosial	13
2.3.4 TikTok	14
2.3.5 Hubungan Kredibilitas Ambassador dengan Pertimbangan Pembelian	15
2.4 Kerangka Pemikiran	17
2.5 Hipotesis	17

2.6 Operasionalisasi Variabel	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.2 Pendekatan Penelitian.....	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Obyek Penelitian.....	21
3.5 Sumber Data	21
3.5.1 Populasi	21
3.5.2 Sampel	22
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	23
3.6.1 Validitas.....	23
3.6.2 Reliabilitas	23
3.7 Teknik Pengumpulan Data	24
3.8 Teknik Analisa Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN	27
4.1 Subjek Penelitian	27
4.1.1 Sejarah Herborist	27
4.1.2 Bidang Usaha Herborist.....	29
4.1.3 Struktur Organisasi PT Victoria Care Indonesia Tbk (Herborist).....	29
4.1.4 Target Konsumen PT Victoria Care Indonesia Tbk (Herborist)	30
4.1.5 Komunikasi Pemasaran PT Victoria Care Indonesia Tbk (Herborist) ..	30
4.2 Data Penelitian.....	31
4.2.1 Karakteristik Responden.....	31
1. Jenis Kelamin Responden.....	31
2. Usia Responden	31
3. Domisili Responden	32
4. Pendidikan Responden	33
5. Pekerjaan Responden.....	33
6. Lama Mengikuti Akun TikTok @herboristnaturalcare.....	34
4.2.2 Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>	34

4.2.3 Pertimbangan Pembelian	36
4.2.4 Uji Hipotesis	36
4.2.5 Uji Normalitas	37
4.2.6 Uji Multikolinearitas.....	37
4.2.7 Uji Heteroskedastisitas	37
4.2.8 Uji Regresi Linear Sederhana.....	38
4.3 Metode Penelitian	21
4.4 Obyek Penelitian.....	21
4.5 Sumber Data	21
BAB V PEMBAHASAN.....	40
5.1 Karakteristik Responden.....	40
a. Jenis Kelamin	40
b. Domisili	40
c. Pendidikan Terakhir	41
d. Pekerjaan	41
e. Lama Mengikuti Akun TikTok @herboristnaturalcare	42
5.2 Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>	42
5.3 Keputusan Pembelian	43
5.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> Syifa Hadju Terhadap Jenis Pertimbangan Pembelian <i>Body Serum</i> Pada <i>Followers</i> TikTok	45
BAB VI PENUTUP.....	47
6.1 Kesimpulan.....	47
6.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	51