

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Teori <i>Source Credibility</i>	7
2.2.2 Media Baru (<i>New Media</i>).....	8
2.3 Landasan Konseptual.....	9
2.3.1 <i>Beauty Influencer</i>	9
2.3.2 Minat Beli	11
2.3.3 Instagram.....	12
2.4 Kerangka Pemikiran	13
2.5 Hipotesis	14
2.6 Operasional Variabel	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Metode Penelitian	16
3.2 Jenis Penelitian	16
3.3 Jenis dan Sumber Data	16
3.3.1 Jenis Data	16
3.3.2 Sumber Data.....	16
3.4 Populasi dan Sampel.....	17
3.4.1 Populasi.....	17
3.4.2 Sampel.....	17
3.4.3 Teknik Sampling	18

3.4.4 Pengukuran Variabel.....	18
3.5 Teknik Pengumpulan Data	18
3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	18
3.6.1 Uji Validitas	18
3.6.2 Uji Reliabilitas	21
3.7 Teknik Analisis Data	22
3.8 Analisis Regresi Linier Sederhana	22
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.8.2 Regresi Linier Sederhana	23
3.8.3 Pengujian Hipotesis.....	23
3.8.4 Koefisien Determinasi.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	26
4.1 Gambaran Umum Skintific <i>Barrier Repair Moisture Gel</i>	26
4.2 Deskripsi Data	26
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	26
4.2.2 Tanggapan Kebiasaan Responden Menggunakan Media Sosial Instagram.....	28
4.3 Indikator Terkait dengan Variabel Penelitian.....	30
4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	30
4.4 Hasil Analisa Data Dimensi Variabel.....	48
4.4.1 Analisa Data Dimensi Variabel <i>Beauty Influencer</i> (X)	48
4.4.2 Analisa Data Variabel Minat Beli (Y)	48
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	49
4.5.2 Hasil Uji Linearitas	50
4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	50
4.7 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji – F).....	51
4.8 Uji T (Uji Hipotesis).....	51
4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
BAB V PEMBAHASAN	53
5.1 Pembahasan	53
5.2 Penerapan Teori.....	53
BAB VI PENUTUP	55
6.1 Kesimpulan.....	55
6.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	6
Tabel 2.2	Operasional Variabel	14
Tabel 3.1	Hasil Test Variabel X (<i>Beauty Influencer</i>).....	19
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Test Variabel X (<i>Beauty Influencer</i>)	19
Tabel 3.3	Hasil Test Variabel Y (Minat Beli)	20
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Test Variabel Y (Minat Beli).....	20
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas	21
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik Responden yang Telah Mengikuti Akun Instagram @TasyaFarasya	26
Tabel 4.2	Deskripsi Karakteristik Responden yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram	27
Tabel 4.3	Deskripsi Karakteristik Responden yang Mengetahui Brand <i>Skincare Skintific Barrier Repair Moisture Gel</i>	27
Tabel 4.4	Deskripsi Karakteristik Responden yang Pernah Menonton <i>Review</i> Produk dari Instagram <i>story</i> Tasya Farasya	27
Tabel 4.5	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	30
Tabel 4.6	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	30
Tabel 4.7	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	31
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Trustworthiness</i>	31
Tabel 4.9	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	32
Tabel 4.10	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	32
Tabel 4.11	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	32
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Expertise</i>	33
Tabel 4.13	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	34
Tabel 4.14	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	34
Tabel 4.15	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	34
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Attractiveness</i>	35
Tabel 4.17	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	35
Tabel 4.18	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	36
Tabel 4.19	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	36
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Respect</i>	36
Tabel 4.21	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	37
Tabel 4.22	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	37
Tabel 4.23	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	38
Tabel 4.24	Tanggapan Indikator Pernyataan 4	38
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Similarity</i>	38
Tabel 4.26	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	39
Tabel 4.27	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	40
Tabel 4.28	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	40
Tabel 4.29	Tanggapan Indikator Pernyataan 4	40

Tabel 4.30	Tanggapan Responden pada Dimensi Minat Eksploratif.....	41
Tabel 4.31	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	42
Tabel 4.32	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	42
Tabel 4.33	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	42
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Pada Dimensi Minat Prefensial.....	43
Tabel 4.35	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	43
Tabel 4.36	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	44
Tabel 4.37	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	44
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Pada Dimensi Minat Referensial.....	45
Tabel 4.39	Tanggapan Indikator Pernyataan 1	46
Tabel 4.40	Tanggapan Indikator Pernyataan 2	46
Tabel 4.41	Tanggapan Indikator Pernyataan 3	46
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Pada Dimensi Minat Transaksional	47
Tabel 4.43	Analisa Data Dimensi Variabel <i>Beauty Influencer</i> (X).....	48
Tabel 4.44	Analisa Data Dimensi Variabel Minat Beli (Y)	48
Tabel 4.45	Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.46	Hasil Uji Linearitas.....	50
Tabel 4.47	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	50
Tabel 4.48	Hasil Uji F	51
Tabel 4.49	Hasil Uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Tren Internet dan Media Sosial 2023 di Indonesia	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	13
Gambar 4.1	Tanggapan Responden Berdasarkan Lama Responden Menggunakan Instagram	28
Gambar 4.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Rata-Rata Menggunakan Instagram Per Hari.....	29
Gambar 4.3	Tanggapan Kebiasaan Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menonton Konten <i>Review</i> Produk <i>Beauty Influencer</i> Tasya Farasya di Instagram	29