

DAFTAR ISI

ABSTRAK INDONESIA.....	i
ABSTRAK INGGRIS.....	ii
KATA PENGANTAR.	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Influencer Marketing</i>	7
2.1.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	7
2.1.2 Fungsi <i>Influencer Marketing</i>	8
2.1.3 Jenis- Jenis <i>Influencer Marketing</i>	9
2.1.4 Peran <i>Influencer Marketing</i>	11
2.1.5 Faktor-Faktor yang mempengaruhi pengaruh <i>Influencer Marketing</i>	11
2.1.6 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	12
2.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2 Tahap Pengambilan Keputusan.....	15
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.2.4 Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.2.5 Manfaat Keputusan Pembelian.....	17

2.2.6 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Kerangka Konseptual.....	19
2.5 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Variabel Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Instrumen Penelitian.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1 Metode Pengolahan Data.....	25
3.6.2 Uji Validitas.....	25
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	26
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	27
3.6.6 Uji Hipotesis.....	28
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	29
3.7.1 Lokasi Penelitian.....	29
3.7.2 Jadwal Penelitian.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	31

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT.Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli.....	31
4.1.3 Tugas Dan Tanggung Jawab.....	33
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	34
4.3 Deskripsi Temuan Penelitian.....	34
4.3.1 Verifikasi data.....	35
4.4 Deskripsi Karakteristik Responden.....	35
4.4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	35
4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
4.5 Analisis Data.....	37
4.5.1 Pengolahan Angket	37
4.5.2 Uji Validitas.....	52
4.5.3 Uji Reliabilitas.....	53
4.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.5.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	57
4.5.6 Uji Hipotesis.....	58
4.6 Hasil dan Pembahasan.....	59
4.6.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli.....	60
4.6.2 Seberapa Besar Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
3.1 Jadwal Penelitian.....	29
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Usia.....	35
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
4.4 Penyajian data variabel <i>Influencer Marketing</i> (X).....	37
4.5 Penyajian data variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41
4.6 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel (X).....	45
4.7 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel (Y).....	48
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	52
4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	53
4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Influencer Marketing</i> (X).....	53
4.11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov test.....	55
4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	57
4.15 Hasil Uji Parsial (uji T).....	58
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual.....	20
4.1 Struktur Organisasi.....	32