

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN TESIS	iii
PERSETUJUAN TESIS	iv
PENGESAHAN TESIS	v
KATA PENGANTAR	vi
PROFIL PENULIS	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Teori Pengaruh Digital dan Keputusan Pembelian Konsumen	11
2.1.1. Teori Pengaruh Media Sosial	12
2.1.2. Teori Ekspektasi dan Kepuasan	13
2.2. Influencer Marketing	14
2.3. Digital Marketing	15
2.4. Pemasaran Sosial Media.....	17

2.5.	Perilaku Konsumen dalam Konteks Digital	18
2.6.	Penggunaan SPSS Pada Analisis Data Penelitian	19
2.7.	Kredibilitas Influencer / Food Vlogger	21
2.8.	Hubungan antara Influencer Marketing, Kredibilitas Influencer, dan Pemasaran Media Sosial pada Pemasaran Digital.....	23
2.9.	Fenomena Pengaruh Food Vlogger di Bandar Lampung	25
2.10.	Penelitian Terdahulu	26
2.11.	Kerangka Berpikir.....	35
2.12.	Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1.	Jenis Penelitian	38
3.2.	Lokasi Penelitian	39
3.3.	Objek Penelitian	39
3.4.	Jenis dan Sumber Data	41
3.5.	Metode Penelitian.....	41
3.6.	Pengumpulan Data	44
3.7.	Populasi dan Sampel	45
3.8.	Variabel Penelitian	47
3.9.	Skala Likert	48
3.10.	Uji Kualitas Data	50
3.10.1.	Uji Validitas	50
3.10.2.	Uji Reliabilitas.....	52
3.11.	Pengujian Asumsi Klasik.....	53
3.11.1.	Uji Normalitas	54
3.11.2.	Uji Multikolinearitas	54
3.11.3.	Uji Heteroskedastisitas	55
3.11.4.	Uji Autokorelasi	56
3.12.	Pengujian Hipotesis	56
3.12.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.12.2.	Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.12.3.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	59

3.12.4.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	60
3.13.	Jadwal Penelitian	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1.	Penyajian dan Deskripsi Data Penelitian.....	62
4.2.	Pengumpulan Data Penelitian	63
4.3.	Pengujian Kualitas Data	68
4.3.1.	Hasil Uji Validitas Penelitian.....	68
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	72
4.4.	Hasil Pengujian Asumsi Klasik sebagai Syarat Analisis Data	73
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	73
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
4.4.4.	Hasil Uji Autokorelasi.....	78
4.5.	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	80
4.5.1.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.5.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	83
4.5.3.	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	85
4.5.4.	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	86
4.6.	Pembahasan Hasil Uji	88
4.7.	Profil Food Vlogger Yang Mempromosikan Seblak Kuy.....	88
4.8.	Hasil Analisa Ulasan Food Vlogger	90
4.9.	Hasil Analisa Deskriptif Kualitatif Penelitian.....	91
4.10.	Analisa SWOT Strategi Pemasaran Seblak Kuy Khas Bandung.....	93
4.11.	Komparasi Minat Beli Sebelum dan Sesudah Ulasan Food Vlogger .	95
4.11.1.	Minat Beli Sebelum Ulasan.....	95
4.11.2.	Minat Beli Setelah Ulasan	97
4.12.	Dampak Positif dan Negatif Ulasan Food Vlogger Seblak Kuy	101
4.12.1.	Dampak Positif Ulasan Food Vlogger.....	101
4.12.2.	Dampak Negatif Ulasan Food Vlogger	102
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1.	Kesimpulan.....	104

5.2. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Skala Peringkat Yang Digunakan	48
Tabel 3. 2 Pedoman Intepretasi (Sugiyono, 2015).....	51
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	65
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Independen – Bivariate Pearson.....	69
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Independen – Bivariate Pearson.....	70
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas - Variabel Independen	72
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4. 7 Tabel Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	84
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	85
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Parameter Individual (Uji t).....	87
Tabel 4. 12 Penghasilan Seblak Kuy Khas Bandung Sebelum Endorsement.....	97
Tabel 4. 13 Penghasilan Seblak Kuy Khas Bandung Setelah Endorsement	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplot (Sumber: Data diolah SPSS, 2024)	78
Gambar 4. 2 Grafik Omzet Sebelum Ada Ulasan Food Vlogger.....	96
Gambar 4. 3 Grafik Omzet Setelah Ada Ulasan Food Vlogger.....	99
Gambar 4. 4 Grafik Omzet Periode Bulan Juli s/d Agustus	100