

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Grand Theory .....	14
2.1.2. <i>Social Attraction</i> .....	17
2.1.2.1. Indikator <i>Social Attraction</i> .....	18
2.1.3. Physical Attraction.....	19
2.1.3.1. Indikator <i>Physical Attraction</i> .....	19
2.1.4. <i>Emotion</i> .....	20
2.1.4.1. Indikator <i>Emotion</i> .....	21
2.1.5. <i>Parasocial Interaction</i> .....	21
2.1.5.1. Indikator <i>Parasocial Interaction</i> .....	22
2.1.6. <i>Buying Intention</i> .....	23
2.1.6.1. Indikator <i>Buying Intention</i> .....	24

2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.3. Pengembangan Hipotesis (Hubungan antar variabel) .....	26
2.3.1. <i>Social Attraction</i> Berpengaruh Terhadap <i>Parasocial Interaction</i> .....	26
2.3.2. <i>Physical Attraction</i> Berpengaruh Terhadap <i>Parasocial Interaction</i> .....	27
2.3.3. <i>Emotion</i> Berpengaruh Terhadap <i>Parasocial Interaction</i> .....	27
2.3.4. <i>Parasocial Interaction</i> Berpengaruh Terhadap <i>Buying Intention</i> .....	29
2.4. Model Analisis .....	30

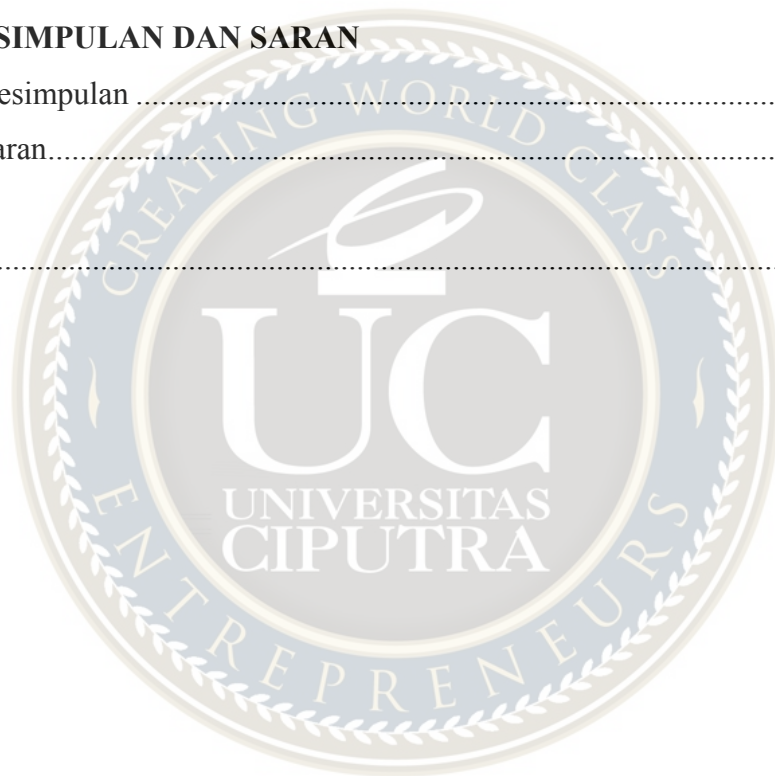
### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian .....	31
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	31
3.3. Sumber dan Jenis Data .....	32
3.4. Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran .....	32
3.5. Definisi Operasional .....	33
3.6. Metode Analisis Data .....	36
3.6.1. Uji Validitas .....	36
3.6.2. Uji Reabilitas .....	40
3.6.3. <i>(PLS-SEM)</i> .....	42
3.6.4. <i>Goodness of Fit</i> .....	45

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

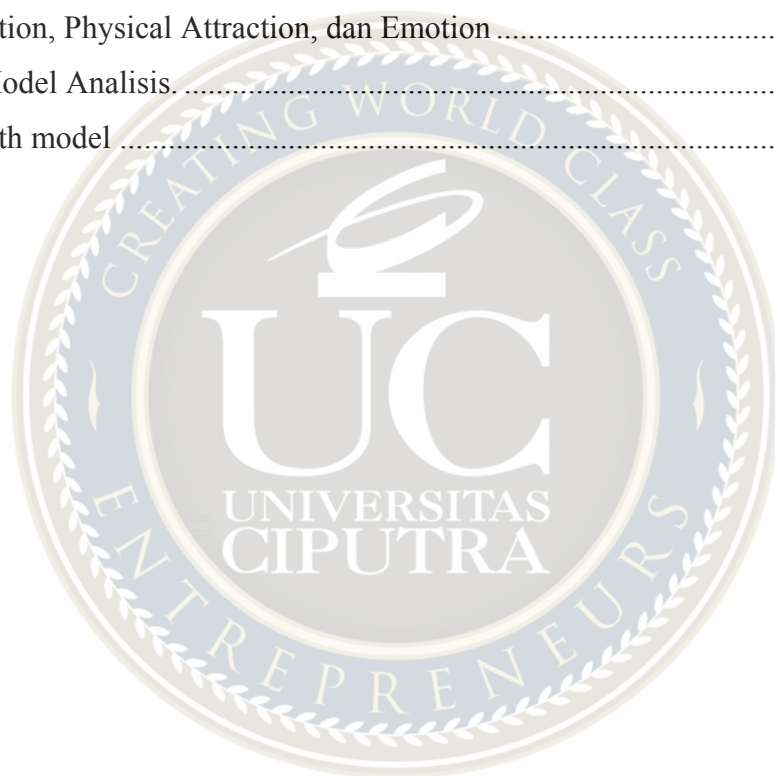
4.1. Profil Responden .....	47
4.1.1. Deskripsi Variabel Penelitian .....	49
4.1.1.1. Deskripsi Variabel Penelitian <i>Social Attraction</i> .....	50
4.1.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian <i>Physical Attraction</i> .....	51
4.1.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian <i>Emotion</i> .....	52
4.1.1.4. Deskripsi Variabel Penelitian <i>Parasocial Interaction</i> .....	53
4.1.1.5. Deskripsi Variabel Penelitian <i>Buying Intention</i> .....	54
4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	55
4.2.1. Hasil Uji Reliability .....	55
4.2.2. Hasil Uji Validity .....	56
4.3. Hasil Uji <i>SEM PLS</i> .....	61
4.3.1. Hasil Uji Reliabilitas PLS .....	61

4.3.2. Uji Validitas PLS.....	62
4.4. Hasil Uji Hipotesis .....	63
4.5. Pembahasan .....	67
4.5.1. Social Attraction Berpengaruh Terhadap Parasocial Interaction ...	67
4.5.2. Physical Attraction Berpengaruh Terhadap Parasocial Interaction	67
4.5.3. Emotion Berpengaruh Terhadap Parasocial Interaction.....	68
4.5.4. Parasocial Interaction Berpengaruh Terhadap Buying Intention ...	69
4.6. Implikasi Manajerial .....	70
4.7. Keterbatasan Penelitian .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	73
5.2. Saran.....	75
<b>Referensi.....</b>	<b>76</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1. Data Penjualan Terlaris di Shopee .....	2
1.2. Data Penjualan Fashion Batik di Shopee.....	3
1.3. Barang Yang Banyak Dibeli Ketika Online.....	3
1.4. Penjualan Sceptre Clothing Co Bulan Oktober 2020 – Februari 2021 .....	5
1.5. Pemasaran Sceptre Clothing Co.....	6
1.6. Pelaksanaan yang Dilakukan Oleh Sceptre Clothing Co Melalui Social Attraction, Physical Attraction, dan Emotion .....	7
2.4. Model Analisis.....	30
4.1 Path model .....	64



## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
Table 3.2. PLS-SEM Tabel .....	43
Tabel 3.3. Kriteria <i>Goodness of Fit</i> test .....	46
Tabel 4.1. Profil Responden.....	48
Tabel 4.2. Tabel Deskripsi Variabel Social Attraction .....	50
Tabel 4.3. Tabel Deskripsi Variabel Physical Attraction.....	51
Tabel 4.4. Tabel Deskripsi Variabel Emotion.....	52
Tabel 4.5. Tabel Deskripsi Variabel Parasocial Interaction.....	53
Tabel 4.6. Tabel Deskripsi Variabel Buying Intention .....	54
Tabel 4.7. Tabel Hasil Uji Reliability .....	55
Tabel 4.8. Tabel Uji validitas Social Attraction.....	56
Tabel 4.9. Tabel Uji validitas Physical Attraction .....	57
Tabel 4.10. Tabel Uji validitas Emotion .....	58
Tabel 4.11. Tabel Uji validitas Parasocial Interaction .....	59
Tabel 4.12. Tabel Uji validitas Buying Intention.....	60
Tabel 4.13. Tabel Hasil Reliabilitas PLS.....	61
Tabel 4.14. Tabel AVE .....	62
Tabel 4.15. Tabel Hasil Uji Discriminant Validity .....	63
Tabel 4.16. Tabel Hasil Structural Model.....	65
Tabel 4.17. Tabel Implikasi Manajerial .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN I - Kuisisioner .....	78
LAMPIRAN II – Mapping Teori .....	82
LAMPIRAN III – Hasil pengujian data .....	87

