

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTARCT</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1. Landasan Teori .....	8
2.1.1. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	8
2.1.2. Video Ulasan Produk .....	9
2.1.3. Kualitas Ulasan Produk.....	10
2.1.3.1 <i>Technical Quality</i> .....	10
2.1.3.2 <i>Argument Quality</i> .....	11
2.1.4. Kredibilitas Sumber.....	12
2.1.5. Niat Beli .....	13
2.2. Penelitian Terdahulu .....	14
2.2.1. Julia Hautz, Johan Fuller, Katja Hutter dan Carina Thurridl (2014).....	14
2.2.2. Yan-Shan (2016) .....	15
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	16

2.3.1. Pengaruh <i>Technical Quality</i> Terhadap Kredibilitas Sumber.....	16
2.3.2. Pengaruh <i>Argument Quality</i> Terhadap Kredibilitas Sumber.....	17
2.3.3. Pengaruh Kredibilitas Sumber Terhadap Niat Beli.....	17
2.3.4. Pengaruh Sumber Video Sebagai Moderasi Antara Pengaruh <i>Technical Quality</i> dan <i>Argument Quality</i> Pada Kredibilitas Sumber terhadap Niat Beli .....	19
2.4. Kerangka Konseptual.....	20
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	22
3.2. Identifikasi Variabel .....	22
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	22
1. <i>Technical Quality</i> .....	22
2. <i>Argument Quality</i> .....	23
3. Kredibilitas Sumber .....	23
4. Niat Beli.....	24
5. Sumber Video Ulasan Produk.....	25
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	25
3.5. Populasi dan Sampel .....	26
3.5.1. Populasi.....	26
3.5.2. Sampel.....	26
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	27
3.7. Teknik Analisis .....	27
3.7.1. <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian .....	30
4.1.1. Deskripsi Data Responden.....	31
4.2. Dekripsi Jawaban Responden .....	33
4.3. Analisis dan Uji <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	37
4.3.1. Evaluasi <i>Outer (Measurement) Model</i> .....	38
a. <i>Convergent Validity</i> .....	38
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	39

c. Validitas Konstruk.....	40
d. <i>Composite Reliability</i> .....	41
4.3.2. Evaluasi <i>Inner (Structural) Model</i> .....	42
a. Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....	43
b. Pengujian Validitas Model Keseluruhan ( <i>Outer dan Inner Model</i> )... 44	
c. Estimasi Koefisien Jalur .....	46
d. <i>Multi-Group Analysis (MGA)</i> .....	48
4.4. Rangkuman Hasil Hipotesis.....	50
4.5. Pembahasan .....	50
4.5.1. Pengaruh <i>Technical Quality</i> Terhadap Kredibilitas Sumber .....	50
4.5.2. Pengaruh <i>Argument Quality</i> Terhadap Kredibilitas Sumber .....	51
4.5.3. Pengaruh Kredibilitas Sumber Terhadap Niat Beli .....	52
4.5.4. Pengaruh Sumber Video Sebagai Moderasi Antara Pengaruh <i>Technical Quality</i> dan <i>Argument Quality</i> Pada Kredibilitas Sumber terhadap Niat Beli.....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	55
5.1. Simpulan .....	55
5.2. Saran .....	55
5.2.1. Bagi Pihak Akademis .....	55
5.2.2. Bagi Pihak Pemasar .....	56
5.3. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	56

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**