

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.6 Lingkup Penelitian .....	14
1.7 Sistematika Penelitian .....	15
BAB II LANDASAN TEORI .....	17
2.1 Teori Segmentasi Berdasarkan Generasi .....	17
2.1.1 Generasi Y .....	22
2.1.2 Generasi Z .....	25
2.2 Rekomendasi Media Sosial .....	32
2.2.1 Ulasan daring .....	34
2.2.2 Rekomendasi Pemimpin Opini .....	36
2.3 Penggunaan Media Sosial .....	39
2.4 Niat Beli .....	40
2.5 Perumusan Hipotesis .....	43

2.5.1 Generasi Y Memiliki Persepsi Atas Ulasan Daring.....	43
2.5.2 Generasi Z Memiliki Persepsi Atas Rekomendasi Pemimpin Opini ...	43
2.5.3 Pengaruh Persepsi Atas Ulasan Daring Pada Niat Beli Generasi Y dan Generasi Z .....	44
2.5.4 Pengaruh Persepsi Atas Rekomendasi Pemimpin Opini Pada Niat Beli Generasi Z dan Generasi Y .....	45
2.5.5 Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Persepsi Atas Rekomendasi Pemimpin Opini .....	45
2.5.6 Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Persepsi Atas Ulasan Daring .....	46
2.5.7 Penggunaan Media Sosial Generasi Y dan Generasi Z.....	46
2.6 Model Penelitian .....	47
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Desain Penelitian .....	48
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Metode Pengambilan Sampel.....	49
3.2.3 Sampel.....	50
3.3 Instrumen Penelitian .....	50
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.3.2 Metoda Pengukuran .....	54
3.4 Metode Analisis Data.....	55
3.4.1 Uji Validitas .....	55
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.5 Analisis Deskriptif .....	58
3.6 Pengujian Hipotesis .....	59
3.6.1 Analisis Independen Sampel t-test.....	59
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Deskripsi Data.....	61
4.1.1 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	61
4.2 Data Responden .....	61

4.3 Pengujian Model Pengukuran .....	64
4.3.1 Uji Validitas .....	64
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	71
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	71
4.5 Pengujian Hipotesis .....	77
4.5.1 Hipotesis Pertama (H1).....	78
4.5.2 Hipotesis Kedua (H2).....	80
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3) dan Hipotesis Empat (H4).....	81
4.5.4 Hipotesis Lima (H5) dan Hipotesis Enam (H6).....	84
4.5.5 Hipotesis Ketujuh (H7) .....	85
4.6 Diskusi dan Pembahasan.....	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	93
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Implikasi .....	94
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	95
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	95
5.3 Keterbatasan.....	96
5.4 Saran .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN.....	106
HASIL PENGOLAHAN DATA PENGUJIAN MODEL .....	119

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi .....	6
Gambar 1.2 Demografi Pengguna Media Sosial Di Indonesia .....	7
Gambar 1.3 Jumlah Kenaikan Investor Reksa Dana Dari Tahun ke Tahun .....	9
Gambar 1.4 Persentase Penggunaan Jenis Investasi Yang Dipilih di Indonesia ..	10
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Antara Generasi Y dan Generasi Z .....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	52
Tabel 3.2 Skala Likert.....	55
Tabel 3.3 Tabel Nilai KMO-MSA .....	56
Tabel 3.4 Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha.....	58
Tabel 3.5 Rentan Nilai Rata-rata Variabel.....	59
Tabel 4.1 Data Responden.....	62
Tabel 4.2 Data Demografi Responden.....	62
Tabel 4.3 Tabel Tes KMO dan Bartlett .....	64
Tabel 4.4 Tabel Anti-Image Correlation.....	65
Tabel 4.5 Tabel Komunalitas .....	66
Tabel 4.6 Tabel Total Variance Explained .....	67
Tabel 4.7 Tabel Rotated Component Matrix .....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan Media Sosial.....	72
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Ulasan Daring .....	73
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Rekomendasi Pemimpin Opini .....	74
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli .....	74
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Seluruh Variabel .....	75
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Berdasarkan Segmentasi Konsumen Generasi .....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Group Statistics Ulasan Daring .....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Independent Sample t-test Ulasan Daring.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Group Statistics Rekomendasi Pemimpin Opini.....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Independent Sample t-test Rekomendasi Pemimpin Opini ..	80
Tabel 4.19 Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4.20 Tabel Hasil Uji Group Statistics Penggunaan Media Sosial.....	85
Tabel 4.21 Tabel Hasil Uji Independent Sample t-test Penggunaan Media Sosial	85

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	106
LAMPIRAN II TABULASI JAWABAN PARTISIPAN.....	111
LAMPIRAN III HASIL PENGOLAHAN DATA PENGUJIAN MODEL .....	119