

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	3
KATA PENGANTAR	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	6
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR LAMPIRAN	16
ABSTRAK	17
ABSTRACT	18
BAB 1 PENDAHULUAN	19
1.1 Latar Belakang	19
1.1.1 Latar Belakang Praktis	19
1.1.2 Latar Belakang Teoritis	22
1.1.3 Tinjauan Konsumen	28
1.2 Perumusan Masalah	29
1.3 Pertanyaan Riset	31
1.4 Tujuan Riset	32
1.5 Lingkup Riset	32
1.5.1 Model Riset	32
1.5.2 Obyek Riset	32
1.5.3 Lokasi Riset	33
1.5.4 Waktu Riset	33
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	34

2.1	Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar	34
2.1.1	Teori Dasar.....	34
2.1.1.1	Pemasaran Media Sosial	34
2.1.1.2	<i>The Information Adoption Model (IAM)</i>	34
2.1.1.3	<i>Source Credibility Theory (SCT)</i>	35
2.1.2	Profil Setiap Variabel Riset.....	36
2.1.2.1	Niat Mengunjungi (<i>Intention to Visit</i>).....	36
2.1.2.2	Niat Mencicipi (<i>Intention to Taste</i>).....	36
2.1.2.3	Getok Tular Daring (e-WOM)	37
2.1.2.4	Keterikatan Akun Pengulas Makanan (<i>Blog Engagement</i>).....	38
2.1.2.5	Kenikmatan yang dirasakan (<i>Perceived Enjoyment</i>)	38
2.1.2.6	Kredibilitas Akun Pengulas Makanan (<i>Blogger Credibility</i>).....	39
2.1.2.7	Homofili (<i>Homophily</i>).....	39
2.2	Pengaruh antara Kenikmatan yang dirasakan dan Keterikatan Akun Pengulas Makanan	40
2.3	Pengaruh antara Kredibilitas Akun Pengulas Makanan dan Keterikatan Akun Pengulas Makanan.....	41
2.4	Pengaruh antara Homofili dan Keterikatan Akun Pengulas Makanan	42
2.5	Pengaruh antara Keterikatan Akun Pengulas Makanan dan Niat Mencicipi.....	43
2.6	Pengaruh antara Keterikatan Akun Pengulas Makanan dan Niat Mengunjungi.....	45
2.7	Pengaruh antara Keterikatan Akun Pengulas Makanan dan Getok Tular Daring	46
2.8	Pengaruh antara Niat Mencicipi dan Niat Mengunjungi.....	47
2.9	Pengaruh antara Getok Tular Daring dan Niat Mengunjungi.....	48
2.10	Model Riset	49
BAB 3	METODE RISET	51
3.1	Strategi Riset.....	51
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	52

3.2.1	Kenikmatan yang dirasakan (<i>Perceived Enjoyment</i>)	52
3.2.2	Kredibilitas Pengulas Makanan (<i>Bloggers Credibility</i>)	52
3.2.3	Homofili (<i>Homophily</i>).....	53
3.2.4	Keterikatan Akun Pengulas Makanan (<i>Blog Engagement</i>).....	54
3.2.5	Niat Mencicipi (<i>Intention to Taste</i>)	55
3.2.6	Niat Mengunjungi (<i>Intention to Visit</i>).....	56
3.2.7	Getok Tular Daring (<i>e-WOM</i>)	57
3.2.8	Pengukuran.....	58
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	59
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel.....	59
3.3.2	Populasi	60
3.3.3	Unit Sampel.....	60
3.3.4	Ukuran Sampel.....	61
3.3.5	Daerah Sebaran Kuesioner	61
3.4	Skema Penyebaran Kuesioner	62
3.5	Profil Responden	63
3.6	Objek Riset	66
3.6.1	JogjaFoodHunter	67
3.6.2	JogjaTaste.....	68
3.6.3	KulinerYogya	70
3.6.4	JogjaBikinLaper	71
3.6.5	JogjaKakiLima	72
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	73
3.8	Instrumen Riset	74
3.9	Metode Analisis Data	74
3.9.1	Metode Analisis SEM-PLS	74
3.9.2	Evaluasi Model Pengukuran	76
3.9.2.1	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	76
3.9.2.2	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	77
3.9.2.3	Reliabilitas.....	78
3.9.3	Evaluasi Model Struktural.....	78
3.9.3.1	<i>R square</i> (R^2).....	78
3.9.3.2	<i>f square</i> (f^2)	79
3.9.4	<i>Goodness of Fit</i> atau Model Fit.....	79
3.9.4.1	<i>Standardized Root Mean square Residual</i> (SRMR)	79

3.9.4.2	<i>Normed Fit Index</i> (NFI)	80
3.9.5	Pengujian Hipotesis.....	80
BAB 4	ANALISIS DATA.....	82
4.1	Kualitas Data Penelitian	82
4.1.1	Statistik Deskriptif	82
4.1.2	Korelasi Antar Variabel	83
4.2	Evaluasi Model Pengukuran	85
4.2.1	Uji Validitas Konvergen	85
4.2.2	Uji Validitas Diskriminan	87
4.2.3	Uji Reliabilitas	88
4.3	Evaluasi Model Struktural.....	90
4.3.1	<i>R-square</i> (R^2)	90
4.3.2	<i>F-square</i> (f^2).....	91
4.4	Uji <i>Goodness of Fit</i>	93
4.5	Pengujian Hipotesis.....	93
4.5.1	Hipotesis Satu (H1)	94
4.5.2	Hipotesis Dua (H2)	97
4.5.3	Hipotesis Tiga (H3).....	99
4.5.4	Hipotesis Empat (H4).....	101
4.5.5	Hipotesis Lima (H5).....	103
4.5.6	Hipotesis Enam (H6).....	105
4.5.7	Hipotesis Tujuh (H7).....	107
4.5.8	Hipotesis Delapan (H8).....	109
4.6	Ringkasan Pengujian Hipotesis	111
BAB 5	KESIMPULAN.....	115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Implikasi Manajerial	120
5.3	Keterbatasan Riset	126
5.4	Arahan Riset Mendatang	127



REFERENSI..... 128

LAMPIRAN..... 138