

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Manajerial	6
1.5.2. Manfaat Akademik.....	7
1.6. Lingkup Penelitian.....	7
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
1.7.1. Bagian Awal Tesis	7
1.7.2. Bagian Utama Tesis.....	8
1.7.3. Bagian Akhir Tesis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Keterikatan Konsumen.....	11
2.1.2. Media Sosial.....	12
2.1.3. Perilaku Media Sosial Instagram	13
2.1.4. Cara Berinteraksi.....	15

2.1.5.	Perilaku Konsumen.....	16
2.1.6.	Sikap.....	17
2.1.7.	Kepribadian.....	18
2.2.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.3.	Kerangka Penelitian.....	29
BAB III METODA PENELITIAN.....		30
3.1.	Desain Penelitian.....	30
3.2.	Metoda Pengumpulan Data.....	30
3.2.1.	Populasi.....	31
3.2.2.	Sampel.....	31
3.2.3.	Sumber Data.....	32
3.2.4.	Pengumpulan Data.....	32
3.3.	Instrumen Penelitian.....	33
3.3.1.	Skala Pengukuran.....	33
3.4.	Definisi Operasional.....	34
3.5.	Metode Analisis Data.....	38
3.5.1.	Uji Validitas.....	39
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	40
3.5.3.	Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1.	Deskripsi Data.....	41
4.1.1.	Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....	41
4.2.	Karakteristik Responden.....	41
4.2.1.	Jenis Kelamin.....	41
4.2.2.	Usia.....	42
4.2.3.	Pekerjaan.....	42
4.3.	Analisis Kuantitatif.....	43
4.3.1.	Uji Validitas.....	43
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	45
4.4.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.4.1.	Variabel Ekstraversi.....	46
4.4.2.	Variabel Neurotisisme.....	48

4.4.3.	Variabel Keterbukaan Terhadap Pengalaman.....	49
4.4.4.	Variabel Penyiaran.....	50
4.4.5.	Variabel Komunikasi.....	52
4.4.6.	Variabel Menyukai.....	53
4.4.7.	Variabel Mengomentari.....	54
4.5.	Analisis Uji R^2	55
4.6.	Analisis Uji Hipotesis.....	56
4.7.	Diskusi Pembahasan.....	64
4.7.1.	Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan.....	64
BAB V SIMPULAN		70
5.1.	Simpulan.....	70
5.2.	Saran.....	71
5.2.1.	Teoritis.....	71
5.2.2.	Manajerial.....	72
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
DAFTAR LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Pertama.....	19
Tabel 2.2. Penelitian Kedua.....	20
Tabel 2.3. Penelitian Ketiga.....	21
Tabel 2.4. Penelitian Keempat.....	22
Tabel 2.5. Penelitian Kelima.....	24
Tabel 3.1. Tabel Skala Likert.....	31
Tabel 3.2. Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2. Usia Responden.....	41
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden.....	41
Tabel 4.4. Uji Validitas Konvergen Nilai AVE.....	43
Tabel 4.5. Uji Validitas Diskriminan.....	44
Tabel. 4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Ekstraversi.....	46
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Neurotisme.....	48
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Keterbukaan terhadap Pengalaman.....	49
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Penyiaran.....	51
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel Komunikasi.....	52
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel Menyukai.....	53
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel Mengomentari.....	54
Tabel 4.14. Uji Statistik R².....	55
Tabel 4.15. Uji Hipotesis.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Internet di Indonesia tahun 2022.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Visualisasi Hasil Penelitian.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Operasional Variabel.....	78
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	82
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar Menggunakan SmartPLS.....	94
Lampiran 4 Uji Hipotesis.....	113