

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Perumusan Masalah	20
1.3 Pertanyaan Penelitian	22
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.6 Lingkup Penelitian	25
1.7 Sistematika Penulisan.....	25
BAB 2 LANDASAN TEORI	27
2.1 Iklan Media Sosial	27
2.2 Ekspektasi Kinerja (Performance Expectancy)	29
2.3 Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>).....	30
2.4 Kebiasaan (<i>Habit</i>)	31
2.5 Interaktivitas (<i>Interactivity</i>).....	32
2.6 Keinformatifan (<i>Informativeness</i>).....	33
2.7 Relevansi yang dirasakan (<i>Perceived Relevance</i>)	33
2.8 Penelitian Terdahulu	34
2.9 Pengaruh Ekspektasi kinerja pada niat beli kembali konsumen terhadap produk yang disajikan dalam iklan media sosial Astra Motor	39
2.10 Pengaruh motivasi hedonis pada niat beli kembali konsumen terhadap produk yang disajikan dalam iklan media sosial Astra Motor	39
2.11 Pengaruh kebiasaan pada niat beli kembali konsumen terhadap produk yang disajikan dalam iklan media sosial Astra Motor	40



2.12 Pengaruh interaktivitas pada niat beli kembali konsumen terhadap produk yang disajikan dalam iklan media sosial Astra Motor	41
2.13 Pengaruh interaktivitas pada motivasi hedonis terkait dengan iklan media sosial Astra Motor 42	
2.14 Pengaruh keinformatifan pada niat beli kembali konsumen terhadap produk yang disajikan dalam iklan media sosial Astra Motor	43
2.15 Pengaruh keinformatifan pada ekspektasi kinerja terkait iklan media sosial Astra Motor	44
2.16 Pengaruh relevansi yang dirasakan pada niat beli kembali konsumen terhadap produk yang disajikan dalam iklan media sosial Astra Motor.....	45
2.17 Pengaruh relevansi yang dirasakan pada ekspektasi kinerja terkait dengan iklan media sosial Astra Motor	46
2.18 Model Penelitian.....	47
BAB 3 METODE PENELITIAN	48
3.1 Desain Penelitian	48
3.2 Metoda Pengumpulan Data	48
3.3 Instrumen Penelitian	50
3.4 Skala Pengukuran.....	51
3.5 Definisi Operasional	51
3.6 Metode Analisis Data.....	55
3.7 Pengujian Hipotesis.....	61
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	62
4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	62
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	64
4.4 Analisis Deskriptif	67
4.5 Evaluasi Model Pengukuran.....	73
4.6 Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>).....	77
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	79
4.8 Diskusi dan Pembahasan	83
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Impilkasi Manajerial	90
5.3 Keterbatasan	91
5.4 Saran.....	92



DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Keterangan Skala Likert	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	52
Tabel 4.1 Demografi Karakteristik Responden	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Nilai Outer Loading Indikator Kuesioner	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai AVE.....	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas (Composite Reliability)	66
Tabel 4.5 Skala Interval.....	68
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Ekspektasi Kinerja (Performance Expectation)	68
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation).....	69
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Relevansi yang Dirasakan (Perceived Relevance)	70
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kebiasaan (Habit).....	71
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Interaktivitas (Interactivity)	71
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Keinformatifan (Informativeness).....	72
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Kembali (Repurchase Intention)	73
Tabel 4.13 Identifikasi Outlier.....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.15 Regression Weights	76
Tabel 4.16 Uji Goodness of Fit.....	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rangkuman Data Pengguna Media Sosial 2022.....	11
Gambar 1.2 Data Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	12
Gambar 1.3 Grafik Data Leads Media Sosial Astra Motor 2020 – 2022.....	14
Gambar 2.1 Model Penelitian	47

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian</u>	66
<u>Lampiran 2 Uji Validitas Dan Reliabilitas</u>	70
<u>Lampiran 3 Uji Pengujian Hipotesis</u>	99