

## DAFTAR ISI

<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3. Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>21</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>21</b>
<b>1.5. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>1.6. Lingkup Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>1.7. Sistematika Penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. Keterlibatan Merek .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2. Persepsi Kredibilitas.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3. Persepsi Manfaat.....</b>	<b>27</b>
<b>2.4. Kualitas Informasi .....</b>	<b>28</b>
<b>2.5. Sikap terhadap Konten Buatan Pengguna .....</b>	<b>29</b>
<b>2.6. Efek Mediasi dari Sikap terhadap User Generated Content.....</b>	<b>30</b>
<b>2.7. Niat Beli secara Daring.....</b>	<b>31</b>
<b>2.8. Kajian Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>31</b>
<b>2.9. Perumusan Hipotesis .....</b>	<b>32</b>
<b>2.10. Model Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1. Desain Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>3.2. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>35</b>
3.2.1. Jenis dan Sumber Data .....	35
3.2.2. Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data .....	35

3.2.3.	Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel .....	35
<b>3.3.</b>	<b>Instrumen Penelitian .....</b>	<b>37</b>
3.3.1.	Definisi Operasional .....	37
3.3.2.	Desain Instrumen Penelitian .....	37
<b>3.4.</b>	<b>Metode Analisis Data .....</b>	<b>42</b>
3.4.1.	Uji Outer Model .....	43
3.4.3.	Analisis Statistika Deskriptif .....	44
3.4.4.	Uji Inner Model .....	44
3.4.5.	Pengujian Hipotesis .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1.</b>	<b>Hasil Uji Pilot Test .....</b>	<b>46</b>
4.1.1.	Uji Validitas .....	48
4.1.2.	Uji Reliabilitas .....	56
<b>4.2.</b>	<b>Deskriptif Karakteristik Responden .....</b>	<b>57</b>
<b>4.3.</b>	<b>Distribusi Jawaban Responden .....</b>	<b>62</b>
<b>4.4.</b>	<b>Hasil Analisis Data .....</b>	<b>71</b>
4.4.1.	Uji Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran) .....	71
4.4.2.	Uji Inner Model .....	80
<b>4.5.</b>	<b>Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>83</b>
4.5.1.	Analisis Pengaruh Langsung .....	83
4.5.2.	Analisis Pengaruh Mediasi .....	96
4.5.3.	Hasil Uji Hipotesis Keseluruhan .....	105
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>108</b>
<b>5.1.</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>108</b>
<b>5.2.</b>	<b>Implikasi Praktis .....</b>	<b>109</b>



<b>5.3. Keterbatasan dan Saran.....</b>	<b>113</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>123</b>