



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Media Sosial.....	7
2.1.1 Definisi Media Sosial.....	7
2.1.2 Fungsi Media Sosial.....	7
2.1.3 Media Sosial Instagram.....	8
2.1.4 DeLone dan McLean (D&M IS Success Model).....	9
2.2 Pengalaman Pengguna.....	10
2.3 Kualitas Informasi.....	11
2.4 Kualitas Layanan.....	15
2.5 Kepuasan Pengguna.....	16
2.6 Loyalitas Pengguna.....	18
2.7 Informasi Pertanian.....	19
2.8 Penelitian Terdahulu.....	20
2.9 Kerangka Berpikir.....	22
2.10 Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1 Metode Dasar.....	24
3.2 Objek Penelitian.....	24
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	24
3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.2 Data Sekunder.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Batasan Masalah.....	28
3.6 Definisi Operasional.....	28
3.7 Metode Analisis Data.....	31



3.7.1 Analisis Outer Model (Measurement Model).....	32
3.7.2 Inner Model (Structural Model).....	34
3.7.3 Nilai Refleksi Variabel.....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
<b>BAB V KARAKTERISTIK PENGGUNA INSTAGRAM @KEBUNMAHOBI.....</b>	<b>48</b>
5.1 Karakteristik Pengguna Instagram @kebunmahobi Berdasarkan Usia.....	48
5.2 Karakteristik Pengguna Instagram @kebunmahobi Berdasarkan Jenis Kelamin..	49
5.3 Karakteristik Pengguna Instagram @kebunmahobi Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
5.4 Karakteristik Pengguna Instagram @kebunmahobi Berdasarkan Pekerjaan.....	51
5.5 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Pengalaman Pengguna.....	52
5.6 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Kualitas Informasi.....	55
5.7 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Kualitas Layanan.....	59
5.8 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Kepuasan Pengguna.....	63
5.9 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Loyalitas Pengguna.....	66
<b>BAB VI HASIL UJI STATISTIK.....</b>	<b>71</b>
6.1 Analisis SEM ( Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung).....	71
6.1.1 Pengaruh Langsung.....	71
6.1.2 Pengaruh Tidak Langsung.....	74
<b>BAB VII FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PENGGUNA INSTAGRAM @KEBUNMAHOBI DALAM PENCARIAN INFORMASI PERTANIAN.....</b>	<b>78</b>
7.1 Pengalaman Pengguna.....	78
7.2 Kualitas Informasi.....	79
7.3 Kualitas Layanan.....	81
<b>BAB VIII STRATEGI PENYAMPAIAN KONTEN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGGUNA DAN LOYALITAS PENGGUNA.....</b>	<b>84</b>
8.1 Pengelolaan Pengalaman Pengguna.....	84
8.2 Peningkatan Kualitas Informasi.....	86
8.3 Peningkatan Kualitas Layanan.....	88
8.4 Roadmap Strategi Peningkatan Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan.....	91
<b>BAB IX KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
9.1 Kesimpulan.....	97
9.2 Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>3</b>