



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Pertanyaan Riset	12
1.4. Tujuan Riset	13
1.5. Lingkup Riset	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Stimulus-Organisme-Response (SOR)	15
2.1.2. <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM).....	16
2.1.3. Orisinalitas.....	19
2.1.4. Humor	20
2.1.5. Pengalaman Hedonis.....	22
2.1.6. Kepemimpinan Opini.....	23
2.1.7. Niat untuk Mengikuti Akun	25
2.1.8. Niat untuk Mengikuti Saran	26
2.2. Pengembangan Hipotesis	28
2.2.1. Pengaruh Orisinalitas pada Niat untuk Mengikuti Akun	28



2.2.3. Pengaruh Orisinalitas pada Pengalaman Hedonis	32
2.2.4. Pengaruh Orisinalitas pada Kepemimpinan Opini	34
2.2.5. Pengaruh Humor pada Pengalaman Hedonis	36
2.2.6. Pengaruh Humor pada Kepemimpinan Opini	39
2.2.7. Pengaruh Pengalaman Hedonis pada Niat untuk Mengikuti Saran	41
2.2.8. Pengaruh Pengalaman Hedonis pada Kepemimpinan Opini.....	43
2.2.9. Pengaruh Kepemimpinan Opini pada Niat untuk Mengikuti Akun	46
2.2.10. Pengaruh Kepemimpinan Opini pada Niat untuk Mengikuti Saran... ..	49
2.3. Model Riset	50
BAB III	54
METODE RISET	54
3.1. Pendekatan Riset	54
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran	55
3.2.1. Orisinalitas.....	56
3.2.2. Humor	56
3.2.3. Pengalaman Hedonis.....	57
3.2.4. Kepemimpinan opini.....	57
3.2.5 Niat untuk mengikuti akun.....	58
3.2.6. Niat untuk mengikuti saran	59
3.3. Desain Pengambilan Sampel	59
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel.....	59
3.3.2. Populasi dan Unit Sampel	60
3.3.3. Ukuran Sampel	60
3.3.4. Daerah Sebaran Kuesioner	61
3.4. Skema Penyebaran Kuesioner	61
3.5. Profil Responden	62
3.6. Obyek Riset	64
3.6.1. Aganta Ramadanu (@iniganta)	65
3.6.2. Fadlan Holao (@fadlanholao)	67
3.6.3. Agung Karmalogy (@karmalogy)	68
3.7. Metode Pengumpulan Data	69
3.8. Instrumen Riset.....	69



3.9. Metode Analisis Data	70
3.9.1. Metode <i>Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	70
3.9.2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
3.9.3. Evaluasi Model Struktural	74
3.9.4. <i>Goodness of Fit</i> SEM-PLS	76
3.9.5. Pengujian Hipotesis	76
BAB IV	78
ANALISIS DATA	78
4.1. Kualitas Data Penelitian	78
4.1.1. Statistik Deskriptif	78
4.1.2. Matriks Korelasi	80
4.2. Evaluasi Model Pengukuran	81
4.2.1. Uji Reliabilitas	81
4.2.2. Uji Validitas Konvergen	83
4.2.3. Uji Validitas Diskriminan	86
4.3. Evaluasi Model Struktural	88
4.3.1. <i>R-square</i> dan <i>Q-square</i>	88
4.4. Uji Kecocokan Model (Model Fit)	90
4.5. Pengujian Hipotesis	92
4.5.1. Pengujian Hipotesis Pertama	94
4.5.2. Pengujian Hipotesis Kedua	97
4.5.3. Pengujian Hipotesis Ketiga	100
4.5.4. Pengujian Hipotesis Keempat	103
4.5.5. Pengujian Hipotesis Kelima	107
4.5.6. Pengujian Hipotesis Keenam	110
4.5.7. Pengujian Hipotesis Ketujuh	113
4.5.8. Pengujian Hipotesis Kedelapan	115
4.5.9. Pengujian Hipotesis Kesembilan	119
4.5.10. Pengujian Hipotesis Kesepuluh	122
4.6. Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis	125



BAB V.....	130
KESIMPULAN	130
5.1. Kesimpulan.....	130
5.2. Implikasi Manajerial.....	137
5.3. Keterbatasan Riset	141
5.4. Arahkan Riset Mendatang	142
DAFTAR PUSTAKA	144
DAFTAR LAMPIRAN.....	147



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Aplikasi Seluler Terkemuka di Seluruh Dunia pada 2024	1
Gambar 2. Rata-rata Tingkat Keterlibatan Per Posting di Platform Media Sosial Tertentu dari Tahun 2021-2023.....	3
Gambar 3. Produk yang Dibeli Gen Z Berdasarkan Ulasan Pemengaruh	4
Gambar 4. Kerangka Teori S-O-R	16
Gambar 5. Alur Rute Sentral dan Periferal Elaboration Likelihood Model	19
Gambar 6. Kerangka Konseptual yang Direplikasi.....	53
Gambar 7. Aganta Ramadanu mempromosikan produk body lotion Naturally Speaking Erha	66
Gambar 8. Fadlan Holao mempromosikan produk makanan UMKM Warung PakTo	67
Gambar 9. Agung Karmalogy mempromosikan produk obat Panadol	68
Gambar 10. Hasil Pengujian Hipotesis	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Profil Responden.....	63
Tabel 2. Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif	79
Tabel 3. Hasil Matriks Korelasi Antar Variabel (korelasi pearson).....	80
Tabel 4. Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	82
Tabel 5. Hasil Perhitungan Model Pengukuran	84
Tabel 6. Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	84
Tabel 7. Hasil Perhitungan Fornell-Larcker.....	86
Tabel 8. Hasil Perhitungan Heterotrait-Monotrait Ratio.....	87
Tabel 9. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi dan Q-Square.....	88
Tabel 10. Hasil Perhitungan Kecocokan Model	91
Tabel 11. Hasil Perhitungan Koefisien Pengaruh	93
Tabel 12. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	126



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	147
Lampiran 2. Analisis Statistik Deskriptif.....	156
Lampiran 3. Matriks Korelasi Antar Variabel	157
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	158
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Konvergen (Outer Loading)	159
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell-Larcker.....	160
Lampiran 7. Hasil Uji Perhitungan HTMT.....	161
Lampiran 8. Hasil Perhitungan R square	162
Lampiran 9. Hasil Perhitungan Q square	163
Lampiran 10. Hasil Uji Kecocokan Model	164
Lampiran 11. Hasil Perhitungan Path Coefficient	165