

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Akademis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II	17
2.1 Associative Network Theories of Memory (ANT).....	17
2.2 Theory of Reasoned Action (TRA)	18
2.3 Familiaritas Merek.....	20
2.4 Kualitas Informasi	22
2.5 Keterlibatan di Media Sosial	24
2.6 Sikap terhadap Media Sosial	25

2.7	Niat Pekerja	27
2.8	Penelitian Terdahulu	29
2.9	Permumusan Hipotesis	33
2.9.1	Pengaruh Familiaritas Merek pada Keterlibatan di Akun Media Sosial	33
2.9.2	Pengaruh Kualitas Informasi pada Keterlibatan di Akun Media Sosial	34
2.9.3	Pengaruh Keterlibatan di Akun Media Sosial pada Sikap Terhadap Akun Media Sosial	36
2.9.4	Pengaruh Keterlibatan di Akun Media Sosial pada Niat Pekerja untuk Menjadi Peserta	37
2.9.5	Pengaruh Sikap terhadap Akun Media Sosial pada Niat Pekerja Informal untuk Menjadi Peserta	39
2.9.6	Peran Mediasi Sikap pada Hubungan antara Keterlibatan dan Niat Pekerja Informal untuk Menjadi Peserta	40
2.10	Model Penelitian	42
BAB III		43
3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.3.1	Familiaritas Merek	44
3.3.2	Kualitas Informasi	46
3.3.3	Keterlibatan di Akun Media Sosial	47
3.3.4	Sikap Terhadap Akun Media Sosial	49
3.3.5	Niat Pekerja Informal untuk Menjadi Peserta	50
3.3	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	52
3.4	Populasi, Sampel, dan Metode Penyampelan	53
3.5	Instrumen Penelitian	54
3.6	Pengujian Instrumen	55
3.6.1	Uji Validitas Instrumen	55
3.6.2	Uji Reliabilitas Instrumen	56
3.7	Metode Analisis Data	57
3.7.1	Analisis Statistika Deskriptif	57

3.7.2	Uji R-Square (R^2).....	57
3.7.3	Pengujian Hipotesis	58
BAB IV.....		59
4.1	Pengujian Instrumen Penelitian	59
4.1.1	Uji Validitas.....	59
4.1.2	Uji Reliabilitas	61
4.2	Profil Responden	62
4.3	Statistik Deskriptif.....	67
4.4	Koefisien Determinasi (R Square).....	69
4.5	Pengujian Hipotesis	70
4.6	Pembahasan	72
4.6.1	Familiaritas Merek pada Keterlibatan di Akun Media Sosial.....	72
4.6.2	Kualitas Informasi pada Keterlibatan di Akun Media Sosial	73
4.6.3	Keterlibatan di Akun Media Sosial pada Sikap Terhadap Akun Media Sosial..	75
4.6.4	Keterlibatan di Akun Media Sosial pada Niat Pekerja Informal untuk Menjadi Peserta	77
4.6.5	Sikap terhadap Akun Media Sosial pada Niat Pekerja Informal untuk Menjadi Peserta	78
4.6.6	Mediasi Sikap pada Hubungan antara Keterlibatan dan Niat Pekerja Informal untuk Menjadi Peserta.....	79
BAB V		82
5.1	Simpulan.....	82
5.2	Implikasi Manajerial.....	84
5.3	Keterbatasan Penelitian	86
5.4	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		93