

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.6.1 Manfaat Akademis	5
1.6.2 Manfaat Praktis	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1 Kajian Literatur	7
2.1.1 Keinformasian	7
2.1.2 Kredibilitas	8
2.1.3 Hiburan	8
2.1.4 Personalisasi	9
2.1.5 Nilai Periklanan	10
2.1.6 Keterikatan Konsumen	11
2.2 Pengembangan Hipotesis	12
2.2.1 Pengaruh unsur-unsur di dalam iklan pada nilai periklanan	12
2.2.2 Pengaruh nilai periklanan pada keterikatan konsumen	13
2.2.3 Analisis peran variabel pemediasi	13
2.3 Model Penelitian	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Desain Penelitian	15
3.2 Definisi Operasional	15
3.2.1 Keinformasian	15
3.2.2 Kredibilitas	16
3.2.3 Hiburan	17
3.2.4 Personalisasi	18
3.2.5 Nilai Periklanan	19
3.2.6 Keterikatan Konsumen	20
3.3 Desain Pengambilan Sampel	20
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	20

3.3.2 Populasi dan Sampel	21
3.3.3 Ukuran Sampel	22
3.3.4 Lokasi Penelitian	22
3.4 Objek Penelitian	22
3.5 Metode Pengambilan Data	23
3.6 Instrumen Penelitian	23
3.6.1 Uji Pendahuluan Instrumen Penelitian	24
3.7 Pengujian Instrumen	26
3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reliabilitas	27
3.8 Analisis Data	28
3.8.1 Metode Analisis Data	28
3.8.2 Uji Multikolinearitas	28
3.8.3 Uji Model Struktural	28
3.8.4. Tingkat Signifikansi	30
3.8.5 Prosedur Pengujian Hipotesis	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Karakteristik Responden	32
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	32
4.1.2 Domisili Responden	33
4.1.3 Usia Responden	34
4.1.4 Frekuensi Penggunaan TikTok	35
4.2 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	36
4.2.1 Uji Validitas Konstruk	36
4.2.2 Uji Reliabilitas Konstruk	41
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	43
4.4 Analisis Model Struktural (Inner Model)	47
4.4.1 Uji Multikolinearitas (VIF)	47
4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.4.3 Ukuran Efek (f^2)	49
4.4.4 Pengujian Hipotesis	50
4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	54
4.6 Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Keterbatasan Penelitian	62
5.3 Implikasi Manajerial	63
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70