

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Riset	10
1.4 Tujuan Riset.....	10
1.5 Lingkup Riset	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI DAN PENGAMBILAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Perdagangan Daring & Perdagangan Pada Media Sosial.....	12
2.2 Interaktivitas Konsumen	13
2.3 Dukungan Sosial.....	14
2.4 Kualitas Hubungan.....	15
2.5 Niat Kreasi Bersama	17
2.6 Hubungan antara Interaksi Konsumen-Konsumen dan Dukungan Sosial.....	18
2.7 Hubungan antara Interaksi Konsumen-Produsen dan Dukungan Sosial.....	19
2.8 Hubungan antara Dukungan Sosial dan Kualitas Hubungan.....	20
2.9 Hubungan antara Dukungan Sosial dan Niat Kreasi Bersama Nilai Merek.....	22
2.10 Hubungan antara Kualitas Hubungan dan Niat Kreasi Bersama Nilai Merek.....	23
2.11 Model Riset.....	24
BAB III.....	26



METODE RISET	26
1.1 Strategi Riset	26
1.2 Definisi Operasional & Pengukuran	26
1.3 Desain Pengambilan Sampel	31
1.3.1 Desain Pengambilan Sampel	31
1.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	31
1.3.3 Ukuran Sampel	32
1.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner	32
1.4 Profil Responden.....	33
1.5 Obyek Riset	36
1.6 Metode Pengumpulan Data	41
1.7 Instrumen Riset.....	41
1.8 Pengujian Instrumen	42
1.8.1 Uji Validitas.....	42
1.8.2 Uji Reabilitas	45
1.9 Metode Pengujian Hipotesis.....	47
1.9.1 Model Persamaan Regresi Linier Berganda 1	47
1.9.2 Model Persamaan Regresi Linier Sederhana	48
1.9.3 Model Persamaan Regresi Linier Berganda 2	48
1.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
1.9.5 Uji Kesesuaian Model.....	50
1.9.6 Tingkat Signifikansi.....	51
1.9.7 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV	53
ANALISIS DATA	53
4.1 Kualitas Data Penelitian.....	53
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.2.1 Uji Normalitas	53
4.2.2 Uji Multikolinearitas	55
4.3 Statistik Deskriptif.....	56
4.4 Matriks Korelasi Antar Variabel.....	57
4.5 Uji Ketepatan Model.....	58
4.5.1 Regresi Linier Berganda 1	58
4.5.2 Regresi Linier Sederhana	60



4.5.3	Regresi Linier Berganda 2	61
4.6	Pengujian Hipotesis	63
4.6.1	Temuan Hipotesis Pertama	63
4.6.2	Temuan Hipotesis Kedua	65
4.6.3	Temuan Hipotesis Ketiga	66
4.6.4	Temuan Hipotesis Keempat	68
4.6.5	Temuan Hipotesis Kelima	69
4.6.6	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	70
BAB V	73
KESIMPULAN	73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Implikasi Manajerial	77
5.3	Keterbatasan Riset	79
5.4	Arahan Riset Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen Media Daring di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Aktivitas Perdagangan Daring dalam 30 hari	3
Tabel 1.3 Total market share merek ponsel cerdas di Indonesia.....	4
Tabel 3.1 Profil Responden	34
Tabel 3.2 Fitur Facebook.....	37
Tabel 3.3 Pengujian Rata-rata Validitas KMO & Barlett	43
Tabel 3.4 Rotated Component Matrix.....	44
Tabel 3.5 Hasil Pengukuran Loading Factor	45
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	54
Tabel 4.2 Tabel Uji Multikolinearitas 1	55
Tabel 4.3 Tabel Uji Multikolinearitas 2.....	55
Tabel 4.4 Tabel Descriptive Statistics.....	56
Tabel 4.5 Matriks Korelasi Antar Variabel Pearson.....	57
Tabel 4.6 Hasil Model Regresi Berganda 1	58
Tabel 4.7 Koefisien Model Regresi Berganda 1.....	58
Tabel 4.8 Nilai uji F dengan Variabel Dependen Dukungan Sosial	59
Tabel 4.9 Hasil Model Regresi Sederhana	60
Tabel 4.10 Koefisien Regresi Sederhana	60
Tabel 4.11 Nilai Uji F dengan Variabel Dependen Kualitas Hubungan.....	61
Tabel 4.12 Hasil model Regresi Berganda 2	62
Tabel 4.13 Koefisien Regresi Berganda 2.....	62
Tabel 4.14 Nilai uji F dengan variabel dependen Niat Kreasi Bersama	63
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Riset Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Pulau Jawa.....	33
Gambar 3.2 Laman Facebook.....	36
Gambar 3.3 Halaman Resmi Samsung di Facebook.....	38
Gambar 3.4 Halaman Resmi Xiaomi di Facebook	39
Gambar 3.5 Halaman Resmi Oppo di Facebook	40
Gambar 4.1 Model Hasil Penelitian.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	85
Lampiran 2 : Uji Instrumen.....	92
Lampiran 3 : Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 4 : Uji Ketepatan Model.....	103