



Daftar Isi

Lembar Pengesahan	i
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	ii
KATA PENGANTAR	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran.....	x
Abstract	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan penelitian	12
1.5 Cakupan Penelitian	13
BAB II	14
2.1. Getok Tular Daring	14
2.2 Niat Beli	14
2.3 Model Adopsi Model (Information Adoption Model).....	15
2.3.1 Kualitas Informasi	16
2.3.2 Kredibilitas Sumber	17
2.3.3 Kegunaan Informasi	18
2.3.4 Adopsi Informasi	19
2.4 Teori Tindakan Berasalan (Theory of Reasoned Action atau TRA)	19
2.4.1 Kebutuhan Akan Informasi	21
2.4.2 Sikap Terhadap Informasi	21
2.5 Pengaruh Kualitas Informasi pada Kegunaan Informasi	22
2.6 Pengaruh Kredibilitas Informasi pada Kegunaan Informasi.....	24
2.7 Pengaruh Kebutuhan Akan Informasi pada Kegunaan Informasi	25
2.8 Pengaruh Sikap Terhadap Informasi pada Kegunaan Informasi	26
2.9 Pengaruh Sikap Terhadap Informasi pada Keinginan Beli.....	28
2.10 Pengaruh Kegunaan Informasi pada Adopsi Informasi.....	29
2.11 Pengaruh Adopsi Informasi pada Keinginan beli	30



2.12 Model Penelitian	32
BAB 3	34
3.1 Strategi Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	34
3.2.1 Kualitas Informasi	35
3.2.2 Kredibilitas Informasi.....	35
3.2.3 Kebutuhan Akan Informasi	36
3.2.4 Sikap Terhadap Informasi	37
3.2.5 Kegunaan Informasi	37
3.2.6 Adopsi Informasi	38
3.2.7 Niat Beli.....	38
3.2.8 Skala Pengukuran	39
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	39
3.3.1 Metode Pengambila Sampel	39
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	40
3.3.3 Ukuran Sampel	41
3.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner	41
3.4 Profil Responden.....	42
3.5 Objek Penelitian.....	43
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7 Instrumen Penelitian	47
3.8 Uji Instrumen	48
3.8.1 Uji Validitas.....	48
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.9 Metode Analisis Data.....	52
3.9.1 Goodness of Fit.....	52
3.9.2 Uji Hipotesis	55
BAB IV	57
4.1 Kualitas Data Penelitian.....	57
4.1.1 Analisis SEM.....	57
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	60
4.1.3 Analisis Matriks Korelasi	61
4.2 Goodness of Fit Model.....	62
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.3.1 Hasil Uji Hipotesis (H1).....	63
4.3.2 Hasil Uji Hipotesis (H2)	64
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis (H3)	65
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis (H4)	66
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis (H5).....	67
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis (H6).....	68
4.3.7 Hasil Uji Hipotesis (H7).....	70
4.3 Ringkasan Uji Hasil pengujian Hipotesis	71



BAB V	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi Manajerial	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4 Arahan Penelitian Mendatang.....	81
Daftar Pustaka.....	82



Daftar Tabel

Tabel 3.1 Profil Responden	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 3.3 Hasil Analisis Rotated Component Matrix	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 3.5 <i>Goodness of Fit</i>	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Outlier	59
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif	60
Tabel 4.4 Matriks Korelasi antar variabel	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Goodness of Fit	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis	71



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia	5
Gambar 1.3 Pengikut Instagram Akun Ulasan Makanan di Instagram	6
Gambar 2.1 Model Adopsi Informasi	16
Gambar 2.2 Model Penelitian	33
Gambar 3.1 Peta Yogyakarta	41
Gambar 3.2 Akun Instagram Yogya Kuliner	44
Gambar 3.3 Akun Instagram Jogja Taste	45
Gambar 3.4 Akun Instagram Jogja Food Hunter	46
Gambar 4.1 Hasil Uji Model Penelitian	72



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner	89
Lampiran 2 Uji Validitas	96
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	98
Lampiran 4 Uji Normality	101
Lampiran 5 Uji Outlier	101
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif	104
Lampiran 7 Uji Hubungan Antar Variabel	104
Lampiran 8 Uji Goodness of Fit	105
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	106
Lampiran 10	108