



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Relevansi Informasi	14
2.2 Ketepatan Waktu Informasi	14
2.3 Akurasi Informasi	15
2.4 Kelengkapan Informasi	15
2.5 Kredibilitas Informasi	15
2.6 Adopsi Informasi	16
2.7 Niat Beli	16
2.8 Pengembangan Hipotesis	17
2.8.1 Pengaruh Relevansi Informasi Pada Adopsi Informasi	17
2.8.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Informasi Pada Adopsi Informasi ..	18
2.8.3 Pengaruh Akurasi Informasi Pada Adopsi Informasi	19
2.8.4 Pengaruh Kelengkapan Informasi Pada Adopsi Informasi	19
2.8.5 Pengaruh Kredibilitas Informasi Pada Adopsi Informasi	20
2.8.6 Pengaruh Adopsi Informasi pada Niat Beli	20
2.9 Kerangka Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Definisi Operasional	22
3.2.1 Relevansi informasi	22



3.2.2 Ketepatan Waktu Informasi	23
3.2.3 Akurasi Informasi	24
3.2.4 Kelengkapan Informasi	25
3.2.5 Kredibilitas Informasi	26
3.2.6 Adopsi Informasi	27
3.2.7 Niat Beli	28
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.4.1 Jenis Data	31
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Instrumen Penelitian	31
3.6 Uji Instrumen Penelitian	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Metode Analisis Data	33
3.7.1 Statistik Deskriptif	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.3 Uji Model Penelitian dan Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Responden	37
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
4.3 Statistik Deskriptif	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.5 Uji Model Penelitian	49
4.6 Pengujian Hipotesis	53
4.7 Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Implikasi Manajerial	63
5.3 Keterbatasan Penelitian	64
5.4 Rekomendasi	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Akun Fesyen Merek Lokal Indonesia	6
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Pertanyaan Persyaratan	37
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	40
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Fesyen ...	40
Tabel 4.7 Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test	41
Tabel 4.8 Rotated Component Matrix	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.10 Deskriptif Statistik	44
Tabel 4.11 Hasil Tes Kolmogorov-Smirnov Model Regresi 1	47
Tabel 4.12 Hasil Tes Kolmogorov-Smirnov Model Regresi 2	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas Regresi Berganda	48
Tabel 4.14 Tabel Koefisien Determinasi (R ²) Model Regresi 1	49
Tabel 4.15 Tabel Koefisien Determinasi (R ²) Model Regresi 2	50
Tabel 4.16 Hasil Uji F Model Regresi 1	50
Tabel 4.17 Hasil Uji F Model Regresi 2	51
Tabel 4.18 Hasil Uji t Model Regresi 1	52
Tabel 4.19 Hasil Uji t Model Regresi 2	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Terbanyak Digunakan	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis	54