

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1. Manfaat Manajerial	13
1.5.2. Manfaat Akademik.....	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS.....	15
2.1. Consumer Engagement.....	15
2.2. Media Sosial	16
2.3. Perilaku Media Sosial Instagram.....	18
2.4. Cara Interaksi	20
2.5. Perilaku Konsumen	22
2.6. Sikap.....	23
2.7. Kepribadian	24
2.7.1. <i>Extraversion</i>	25
2.7.2. <i>Neuroticism</i>	26

2.7.3.	<i>Openness to Experience</i>	27
2.8.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.8.1.	Penelitian Pertama.....	28
2.8.2.	Penelitian Kedua	29
2.8.3.	Penelitian Ketiga	32
2.8.4.	Penelitian Keempat	33
2.8.5.	Penelitian Kelima	35
2.9.	Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1.	Desain Penelitian	39
3.2.	Metode Pengumpulan Data	39
3.2.1.	Populasi	39
3.2.2.	Sampel.....	40
3.2.3.	Sumber Data.....	41
3.2.4.	Pengumpulan Data	42
3.3.	Instrumen Penelitian.....	42
3.3.1.	Skala Pengukuran.....	42
3.4.	Definisi Operasional.....	43
3.5.	Metode Analisis Data	46
3.5.1.	Uji Validitas	47
3.5.2.	Uji Reliabilitas	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		48
4.1.	Deskripsi Data	48
4.1.1.	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	48
4.2.	Karakteristik Responden	49
4.3.	Analisis Kuantitatif.....	50
4.3.1.	Uji Validitas	51
4.3.2.	Uji Reliabilitas	52
4.4.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	53
4.4.1.	Variabel <i>Extraversion</i> (EXT).....	53
4.4.2.	Variabel <i>Neuroticism</i> (NEU)	54
4.4.3.	Variabel <i>Openness to Experience</i> (OTE).....	56

4.4.4.	Variabel <i>Broadcasting</i> (BROAD).....	57
4.4.5.	Variabel <i>Communicating</i> (COMMUN)	58
4.4.6.	Variabel Perilaku <i>Liking</i> (LIKE).....	59
4.4.7.	Variabel Perilaku <i>Commenting</i> (COMMENT)	60
4.5.	Analisis Uji R^2	62
4.6.	Analisis Uji Hipotesis.....	63
4.7.	Diskusi dan Pembahasan	70
4.7.1.	Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan	70
4.7.2.	Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan	72
BAB V SIMPULAN		81
5.1.	Simpulan.....	81
5.2.	Implikasi	83
5.2.1.	Implikasi Teoritis	83
5.2.2.	Implikasi Manajerial	84
5.3.	Keterbatasan Penelitian	87
DAFTAR PUSTAKA		89
DAFTAR LAMPIRAN		93
	Lampiran 1 Daftar Kuesioner	93
	Lampiran 2 Uji Sampel Kecil.....	95
	Lampiran 3 Uji Sampel Besar	98
	Lampiran 4 Uji Validitas SmartPLS	101
	Lampiran 5 Uji Hipotesis	102
	Lampiran 6 Kuesioner Penelitian	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Index Fase 1 Tahun 2021 Kategori Perawatan Pribadi.....	7
Tabel 1.2. Daftar Merek Kosmetik Yang Aktif Di Instagram	10
Tabel 2.1. Penelitian Pertama	28
Tabel 2.2. Penelitian Kedua	29
Tabel 2.3. Penelitian Ketiga	32
Tabel 2.4. Penelitian Keempat	33
Tabel 2.5. Penelitian Kelima.....	35
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1. Penyaringan Data Penelitian	48
Tabel 4.2. Karakteristik Responden	49
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai AVE.....	51
Tabel 4.4. Uji Validitas Diskriminan	52
Tabel 4.5. Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Extraversion</i> (EXT)	53
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Neuroticism</i> (NEU)	55
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Openness to Experience</i> (OTE)	56
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Broadcasting</i> (BROAD)	57
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Communicating</i> (COMMUN).....	58
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Liking</i> (LIKE).....	59
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Commenting</i> (COMMENT).....	61
Tabel 4.13. Uji Statistik R ²	62
Tabel 4.14. Uji Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Instagram Indonesia.....	4
Gambar 1.2. Pilihan Saluran Komunikasi.....	8
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	38
Gambar 4.1. Visualisasi Hasil Penelitian.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Operasional Variabel	93
Lampiran 2 Uji Sampel Kecil	95
Lampiran 3 Uji Sampel Besar	98
Lampiran 4 Uji Validitas SmartPLS	101
Lampiran 5 Uji Hipotesis	102
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian	103