

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Pertanyaan Riset .....	13
1.4 Tujuan Riset .....	16
1.5 Manfaat Riset .....	16
1.6 Lingkup Riset .....	17
BAB II LANDASAN TEORI .....	18
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Niat Pembelian atau <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.1.2 Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2 (UTAUT2)....	18
2.1.2.1 Motivasi Hedonis atau <i>Hedonic Motivation</i> .....	21
2.1.2.2 Kebiasaan atau <i>Habit</i> .....	23
2.1.2.3 Harapan Kinerja atau <i>Performance Expectancy</i> .....	24
2.1.3 Keinformatifan atau <i>Informativeness</i> .....	25
2.1.4 Interaktivitas atau <i>Interactivity</i> .....	26
2.1.5 Relevansi yang dirasakan atau <i>Perceived Relevance</i> .....	28
2.1.6 Pengaruh Interaktivitas pada Motivasi Hedonis .....	20
2.1.7 Pengaruh Interaktivitas pada Niat Pembelian.....	32
2.1.8 Pengaruh Interaktivitas pada Harapan Kinerja .....	34

2.1.9 Pengaruh Relevansi yang dirasakan pada Harapan Kinerja .....	36
2.1.10 Pengaruh Relevansi yang dirasakan pada Niat Pembelian .....	38
2.1.11 Pengaruh Keinformatifan pada Harapan Kinerja.....	40
2.1.12 Pengaruh Keinformatifan pada Niat Pembelian .....	43
2.1.13 Pengaruh Motivasi Hedonis pada Niat Pembelian .....	45
2.1.14 Pengaruh Harapan Kinerja pada Niat Pembelian .....	48
2.1.15 Pengaruh Kebiasaan pada Niat Pembelian .....	50
2.2 Model Riset .....	53
<b>BAB III METODE RISET .....</b>	<b>57</b>
3.1 Strategi Riset .....	57
3.2 Definisi Operasional.....	57
3.2.1 Harapan Kinerja.....	58
3.2.2 Motivasi Hedonis .....	58
3.2.3 Kebiasaan.....	59
3.2.4 Interaktivitas .....	59
3.2.5 Keinformatifan.....	60
3.2.6 Relevansi yang dirasakan.....	60
3.2.7 Niat Beli .....	61
3.3 Skala pengukuran .....	61
3.4 Desain Pengambilan Sampel .....	62
3.4.1 Populasi.....	62
3.4.2 Sampel .....	63
3.4.3 Metode Pengambilan Sampel .....	63
3.4.4 Ukuran Sampel .....	64
3.3.5 Lokasi Penelitian.....	64
3.5 Skema Penyebaran Kuesioner .....	64
3.6 Profil Responden .....	65
3.7 Objek Riset .....	67
3.8 Metode Pengumpulan Data .....	75
3.9 Instrumen Penelitian.....	75
3.10 Pengujian Instrumen.....	77

3.10.1 Uji Validitas .....	77
3.10.2 Uji Reliabilitas .....	80
3.11 Metode Analisis Data .....	81
3.11.1 Uji Asumsi Klasik <i>Structural Equation Model</i> .....	81
3.11.1.1 Ukuran Sampel .....	81
3.11.1.2 Uji Normalitas.....	81
3.11.1.3 Uji Outlier .....	82
3.11.2 Pengembangan Formula Dasar .....	82
3.11.3 Goodness of Fit.....	85
3.11.4 Pengujian Hipotesis .....	87
<b>BAB IV ANALISA DATA.....</b>	<b>88</b>
4.1 Kualitas Data Penelitian .....	88
4.1.1 Analisis Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	88
4.1.1.1 Uji Normalitas.....	88
4.1.1.2 Uji Outlier .....	89
4.1.2 Statistik Deskriptif .....	90
4.1.3 Matriks Korelasi Antar Variabel.....	91
4.2 Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit Model) .....	93
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....	94
4.3.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	96
4.3.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua .....	99
4.3.3 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga .....	102
4.3.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat .....	105
4.3.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima .....	108
4.3.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam.....	111
4.3.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh.....	114
4.3.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan.....	117
4.3.9 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesembilan.....	120
4.3.10 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesepuluh.....	123
4.4 Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis .....	127
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>132</b>



5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Implikasi Manajerial.....	135
5.3 Keterbatasan Riset .....	139
5.4 Arahkan Riset Mendatang .....	139
DAFTAR PUSTAKA .....	141
LAMPIRAN .....	149

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Media sosial yang sering digunakan di Indonesia.....	3
Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	4
Gambar 2.1 Model Riset .....	53
Gambar 3.1 Logo Facebook.....	68
Gambar 3.2 Tampilan pada Facebook .....	69
Gambar 3.3 Logo Instagram .....	70
Gambar 3.4 Tampilan pada Instagram.....	71
Gambar 3.5 Logo Twitter.....	72
Gambar 3.6 Tampilan pada Twitter .....	73
Gambar 3.7 Logo Youtube.....	74
Gambar 3.8 Tampilan pada Youtube .....	74
Gambar 4.1 Gambar Model Penelitian Hasil Pengujian Hipotesis .....	127

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Responden.....	64
Tabel 3.2 Skala Likert .....	76
Tabel 3.3 Tabel Hasil Uji Barlett Sphericity dan KMO.....	78
Tabel 3.4 Tabel Hasil Analisis <i>Rotated Component Matrix</i> .....	79
Tabel 3.5 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	88
Tabel 4.2 Hasil Uji Outliers .....	90
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif .....	90
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Korelasi.....	92
Tabel 4.5 Hasil Uji Ketepatan Model ( <i>Goodness of fit Model</i> ) .....	93
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Hipotesis .....	95
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	131

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	149
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	159
Lampiran 3 Uji Asumsi.....	161
Lampiran 4 Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit Model</i> ).....	163
Lampiran 5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	164
Lampiran 6 Gambar Model SEM.....	166