

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman Pengesahan oleh Dewan Penguji	ii
Halaman Pengesahan oleh Dosen Pembimbing.....	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Tulis Skripsi	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Lingkup Penelitian	7
1.6. Kontribusi Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Media Sosial.....	10
2.2. Getok Tular Elektronik	12
2.3. Kualitas Informasi.....	13
2.4. Kredibilitas Informasi	14
2.5. Kebutuhan Informasi.....	16
2.6. Sikap Terhadap Informasi	18
2.7. Kegunaan Informasi	19
2.8. Adopsi Informasi.....	20
2.9. Niat Pembelian	22
2.10. Kajian Penelitian Terdahulu.....	23
2.11. Rumusan Hipotesis	27
2.11.1. Kualitas Informasi dan Kegunaan Informasi	27
2.11.2. Kredibilitas Informasi dan Kegunaan Informasi.....	28
2.11.3. Kebutuhan Informasi dan Kegunaan Informasi	29
2.11.4. Sikap Terhadap Informasi dan Kegunaan Informasi	29
2.11.5. Sikap Terhadap Informasi dan Niat Pembelian	30
2.11.6. Kegunaan Informasi dan Adopsi Informasi	31
2.11.7. Adopsi Informasi dan Niat Pembelian	32
2.12. Model Penelitian	33
BAB III METODA PENELITIAN	35
3.1. Desain Penelitian.....	35

3.2.	Desain Pengambilan Sampel.....	36
3.2.1.	Populasi dan Sampel	36
3.2.2.	Metoda Pengambilan Sampel.....	36
3.2.3.	Unit Sampel.....	37
3.2.4.	Ukuran Sampel.....	37
3.3.	Metoda Pengumpulan Data	38
3.4.	Definisi Operasional.....	39
3.4.1.	Kualitas Informasi	39
3.4.2.	Kredibilitas Informasi	40
3.4.3.	Kebutuhan Informasi.....	40
3.4.4.	Sikap Terhadap Informasi	41
3.4.5.	Kegunaan Informasi	42
3.4.6.	Adopsi Informasi.....	43
3.4.7.	Niat Pembelian	44
3.5.	Pengujian Instrumen.....	45
3.5.1.	Pengujian Validitas	45
3.5.2.	Pengujian Reliabilitas.....	46
3.6.	Metoda Analisis Data	47
3.6.1.	Partial Least Square.....	47
3.6.2.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
3.6.3.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	48
3.6.4.	Proses Pengujian Hipotesis	49
BAB IV ANALISIS DATA		50
4.1.	Karakteristik Responden	50
4.1.1.	Familiaritas Terhadap Internet dan Frekuensi Penggunaan Media Sosial	53
4.1.2.	Media Sosial Berbasis Daring yang Digunakan	54
4.2.	Pengujian Model.....	57
4.2.1.	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
4.2.2.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
4.3.	Diskusi dan Pembahasan	69
4.3.1.	Kualitas Informasi Berpengaruh Positif pada Kegunaan Informasi	69
4.3.2.	Kredibilitas Informasi Berpengaruh Positif pada Kegunaan Informasi	70
4.3.3.	Kebutuhan Informasi Berpengaruh Positif pada Kegunaan Informasi	70
4.3.4.	Sikap Terhadap Informasi Berpengaruh Positif pada Kegunaan Informasi	71
4.3.5.	Sikap Terhadap Informasi Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian.....	72

4.3.6. Kegunaan Informasi Berpengaruh Positif pada Adopsi Informasi ..	
.....	73
4.3.7. Adopsi Informasi Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Simpulan	75
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3. Saran.....	77
5.4. Implikasi Manajerial	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	96