

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.5.1. Model Penelitian.....	9
1.5.2. Obyek Penelitian.....	9
1.5.3. Lokasi Penelitian	9
1.5.4. Waktu Penelitian.....	10
1.6. Kontribusi Penelitian.....	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Kualitas Informasi	14
2.1.2. Kredibilitas Sumber	14
2.1.3. Kualitas Akun	15
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.5. Kepercayaan Akun.....	16
2.1.6. Adopsi Informasi	17
2.1.7. Getok Tular	17

2.2. Pengembangan Hipotesis	18
2.2.1. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kredibilitas Sumber	18
2.2.2. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kualitas Akun	18
2.2.3. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan ...	19
2.2.4. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan Akun	19
2.2.5. Pengaruh Kualitas Akun terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.2.6. Pengaruh Kredibilitas Sumber terhadap Kepercayaan Akun ...	21
2.2.7. Pengaruh Kualitas Akun terhadap Kepercayaan Akun	21
2.2.8. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Akun ..	22
2.2.9. Pengaruh Kepercayaan Akun terhadap Adopsi Informasi	22
2.2.10. Pengaruh Kepercayaan Akun terhadap Getok Tular	23
2.3. Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	25
3.2.1. Kualitas Informasi	26
3.2.2. Kredibilitas Sumber	26
3.2.3. Kualitas Akun	27
3.2.4. Kepuasan Pelanggan.....	27
3.2.5. Kepercayaan Akun.....	27
3.2.6. Adopsi Informasi	28
3.2.7. Getok Tular	28
3.2.8. Skala Respon	29
3.3. Desain Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1. Populasi dan Sampel.....	29
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel	30
3.3.3. Unit Sampel	30
3.3.4. Ukuran Sampel	31
3.4. Obyek Penelitian	31
3.5. Metode Pengumpulan Data	31
3.6. Instrumen Penelitian.....	32
3.7. Metode Analisis Data.....	33
3.7.1. Partial Least Square	33
3.7.2. Metode Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	35
3.7.2.1. Uji Validitas	35
3.7.2.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.7.3. Metode Pengujian Model Struktural (Inner Model)	37
3.7.3.1. R-square	37
3.7.3.2. Uji Hipotesis.....	38

BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA	39
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	39
4.2. Karakteristik Responden	40
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasar Jenis Kelamin	40
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasar Usia.....	41
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasar Pengeluaran Perbulan	42
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasar Latar Belakang Pendidikan	42
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasar Jenis Pekerjaan	43
4.3. Analisis Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	44
4.3.1. Uji Validitas.....	44
4.3.1.1. Uji Validitas Konvergen.....	45
4.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan	47
4.3.2. Uji Reliabilitas	49
4.4. Analisis Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	51
4.4.1. R-square	51
4.4.2. Uji Hipotesis	53
4.4.3. Hasil Ringkasan Hipotesis	62
4.5. Pembahasan.....	63
4.5.1. Kualitas Akun Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	63
4.5.2. Kualitas Akun Mempengaruhi Kepercayaan Akun dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	64
4.5.3. Kualitas Informasi Mempengaruhi Kualitas Akun dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	65
4.5.4. Kualitas Informasi Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	65
4.5.5. Kualitas Informasi Mempengaruhi Kepercayaan Akun dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	66
4.5.6. Kualitas Informasi Mempengaruhi Kredibilitas Sumber dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	67
4.5.7. Kepuasan Pelanggan Mempengaruhi Kepercayaan Akun dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	68
4.5.8. Kepercayaan Akun Mempengaruhi Adopsi dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	68
4.5.9. Kepercayaan Akun Mempengaruhi Getok Tular dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	69
4.5.10. Kredibilitas Sumber Tidak Mempengaruhi Kepercayaan Akun	

dalam Lingkup Penggunaan Akun Instagram Explore Jogja untuk Tujuan Wisata Secara Positif.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	72
5.3. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	80