

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	10
2.1.1 Perilaku Pencarian Informasi(<i>Information Seeking Behavior</i>)	10
2.1.2 Hubungan antara Ke-kita-an(<i>We-Ness</i>) dengan Komitmen(<i>Commitment</i>).....	13
2.1.3 Hubungan antara Tanggung Jawab Moral(<i>Moral Responsibility</i>) dengan Komitmen(<i>Commitment</i>)	15
2.1.4 Hubungan antara Budaya Bersama(<i>Shared Culture</i>) dengan Komitmen(<i>Commitment</i>).....	16
2.1.5 Hubungan antara Komitmen(<i>Commitment</i>) dengan Perilaku Pencarian Informasi(<i>Information Seeking Behavior</i>)	17

2.1.6 Hubungan antara Komitmen(<i>Commitment</i>) dengan Perilaku Pencarian Informasi(<i>Information Seeking Behavior</i>) di Komunitas dimoderasi oleh Tingkat Norma Subyektif(<i>Subjective Norm</i>)	19
2.2 Model Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Strategi Penelitian	23
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	24
3.2.1 Ke-kita-an(<i>We-Ness</i>)	25
3.2.2 Tanggung Jawab Moral(<i>Moral Responsibility</i>).....	26
3.2.3 Budaya Bersama(<i>Shared Culture</i>)	27
3.2.4 Komitmen(<i>Commitment</i>).....	28
3.2.5 Norma Subyektif(<i>Subjective Norm</i>)	29
3.2.6 Perilaku Pencarian Informasi(<i>Information Seeking Behavior</i>)	30
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	31
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.3.2 Ukuran Sampel.....	31
3.3.3 Lokasi Penelitian.....	32
3.4 Profil Responden.....	33
3.4.1 Unit Sampel.....	33
3.4.1.1 Karakteristik Demografi Responden.....	34
3.4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Komunitas Jejaring Sosial <i>Online</i> yang Digunakan.....	37
3.4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Keterikatan dengan Komunitas	38
3.5 Obyek Penelitian	40
3.5.1 <i>Facebook</i>	41
3.5.2 <i>Kaskus</i>	42
3.5.3 <i>Twitter</i>	43
3.5.4 <i>Instagram</i>	43
3.5.5 <i>Google+</i>	45
3.5.6 <i>LinkedIn</i>	45

3.5.7	<i>YouTube</i>	46
3.5.8	<i>Pinterest</i>	47
3.5.9	<i>Tumblr</i>	48
3.6	Metode Pengumpulan Data	50
3.7	Instrumen Penelitian	50
3.8	Pengujian Instrumen	51
3.8.1	Uji Validitas Instrumen	51
3.8.2	Uji Reabilitas Instrumen	55
3.9	Analisis Data	57
3.9.1	Metode Analisis Data	57
3.9.1.1	Asumsi Klasik dan Pengujian Secara Teknis	58
3.9.1.2	Pengujian Secara Teknis	60
3.9.2	Formulasi Dasar	60
3.9.2.1	Persamaan Pertama: Regresi Berganda	60
3.9.2.2	Persamaan Kedua: Regresi Sederhana	61
3.9.2.3	Persamaan Ketiga: Regresi Moderasi Hierarki	61
3.9.3	<i>Goodness of Fit</i>	62
3.9.4	Tingkat signifikansi	63
3.9.5	Metode Pengujian Hipotesis	64
BAB IV	ANALISIS DATA	65
4.1	Kualitas Data Penelitian	65
4.1.1	Uji Normalitas	65
4.1.2	Uji Multikolinearitas	66
4.2	Statistik Deskriptif	67
4.2.1	Statistik Deskriptif	67
4.2.2	Korelasi antar Variabel	68
4.3	<i>Goodness of Fit Model</i>	69
4.3.1	Persamaan Regresi Pertama	69
4.3.2	Persamaan Regresi Kedua	70
4.4	Pengujian Hipotesis	71
4.4.1	Hipotesis Pertama	71



4.4.2 Hipotesis Kedua	73
4.4.3 Hipotesis Ketiga.....	75
4.4.4 Hipotesis Keempat	77
4.4.5 Hipotesis Kelima.....	79
4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	81
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Implikasi Praktis	86
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.4 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Kuesioner Ke-kita-an/ <i>We-Ness</i> (W)	25
Tabel 3.2 Desain Kuesioner Tanggung Jawab Moral/ <i>Moral Responsibility</i> (MR)	26
Tabel 3.3 Desain Kuesioner Budaya Bersama/ <i>Social Responsibility</i> (SC).....	27
Tabel 3.4 Desain Kuesioner Komitmen/ <i>Commitment</i> (C)	28
Tabel 3.5 Desain Kuesioner Norma Subyektif/ <i>Subjective Norm</i> (SN).....	29
Tabel 3.6 Desain Kuesioner Perilaku Pencarian Informasi/ <i>Information Seeking Behavior</i> (ISB)	30
Tabel 3.7 Demografi Responden	34
Tabel 3.8 Komunitas Jejaring Sosial <i>Online</i> yang Digunakan	37
Tabel 3.9 Keterikatan Responden dengan Komunitas	38
Tabel 3.10 Uji KMO and Bartlett's.....	53
Tabel 3.11 <i>Rotated Component Matrix</i>	54
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
Tabel 4.4 Hasil Korelasi Antar Variabel.....	68
Tabel 4.5 Ketepatan Model Regresi Berganda	69
Tabel 4.6 Ketepatan Model Regresi Sederhana	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Hierarki.....	79
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 20 Besar Negara Pengguna <i>Internet</i> - 2013	2
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen EKB.....	10
Gambar 2.2 Model Penelitian	21
Gambar 3.1 Peta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	32
Gambar 3.2 Halaman Masuk <i>Facebook</i>	41
Gambar 3.3 Halaman Masuk <i>Kaskus</i>	42
Gambar 3.4 Halaman Masuk <i>Twitter</i>	43
Gambar 3.5 Halaman Masuk <i>Instagram</i>	44
Gambar 3.6 Halaman Masuk <i>Google+</i>	45
Gambar 3.7 Halaman Masuk <i>LinkedIn</i>	46
Gambar 3.8 Halaman Masuk <i>YouTube</i>	47
Gambar 3.9 Halaman Masuk <i>Pinterest</i>	48
Gambar 3.10 Halaman Masuk <i>Tumblr</i>	59
Gambar 4.1 Model Penelitian dengan Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Sampel Kecil.....	104
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Sampel Besar	111
Lampiran 4 Hasil Uji Karakteristik Responden	118
Lampiran 5 Uji Normalitas	120
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas.....	120
Lampiran 7 Statistik Deskriptif.....	120
Lampiran 8 Korelasi antar Variabel.....	121
Lampiran 9 Regresi Ganda.....	122
Lampiran 10 Regresi Sederhana	123
Lampiran 11 Regresi Moderasi Hierarki(<i>Hierarchical Moderated Regression</i>).....	124