

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR...	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR ERNYATAAN TENTANG TUGAS AKHIR DAN PENYERAHAN HAK NONEKSKLUSIF TANPA ROYALTY	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
1.4.1. Manfaat Teoritis	15
1.4.2. Manfaat Praktis	15
1.5. Sistematika Penulisan.....	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2..1. <i>Repurchase Intention</i>	17
2..2. <i>Content Marketing Instagram</i>	18
2..3. <i>Social Media Marketing Instagram</i>	23
2..4. <i>Price</i>	25
2..5. <i>Restaurant Atmosphere</i>	26
2..6. Hipotesis.....	28

2.6.1. Hubungan <i>Content Marketing Instagram</i> Dengan <i>Repurchase intention</i>	28
2.6.2. Hubungan <i>Social Media Marketing Instagram</i> Dengan <i>Repurchase intention</i>	29
2.6.3. Hubungan <i>Price</i> Dengan <i>Repurchase intention</i>	31
2.6.4. Hubungan <i>Restaurant Atmosphere</i> Dengan <i>Repurchase intention</i>	32
2.7. Model Penelitian	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	34
3.1. Obyek Penelitian	34
3.2. Unit Analisis.....	34
3.3. Tipe Penelitian	35
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	35
3.5. Populasi Dan Sampel	38
3.5.1. Populasi.....	38
3.5.2. Penentuan Jumlah Sampel	38
3.5.3. Metode Penarikan Sampel	42
3.6. Metode Pengumpulan Data	42
3.7. Metode Analisis Data	45
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian	54
3.8.1. Uji validitas	54
3.8.2. Uji reliabilitas	56
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Karakteristik Responden	58
4.1.2. Analisa Statistik Deskriptif	64
4.2. Hasil Analisis Data.....	71
4.2.1. Evaluasi Model Pengukuran	71
4.2.2. Evaluasi Model Struktural	82
4.3. Pembahasan	90

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Implikasi manajerial.....	94
5.3. Keterbatasan dan saran penelitian berikutnya.....	96
 DAFTAR PUSTAKA	 98



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Fitur <i>Instagram</i>	22
Tabel 3.1	Definisi Konseptual dan Operasional.....	35
Tabel 3.2	Pengelompokan Penilaian Variabel Berdasarkan Skala Likert.....	45
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	55
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	57
Tabel 4.1	Nilai Rata-rata Berdasarkan Rentang Nilai.....	65
Tabel 4.2	Analisa Deskriptif Variabel <i>Content marketing instagram</i> .	65
Tabel 4.3	Analisa Deskriptif Variabel <i>Social media marketing instagram</i>	66
Tabel 4.4	Analisa Deskriptif Variabel <i>Price</i>	68
Tabel 4.5	Analisa Deskriptif Variabel <i>Restaurant atmosphere</i>	69
Tabel 4.6	Analisa Deskriptif Variabel <i>Repurchase intention</i>	70
Tabel 4.7	Pengujian <i>Convergent Validity Loading Factor dan AVE</i> Tahap 1	73
Tabel 4.8	Pengujian <i>Cross Loading</i> Tahap 1	74
Tabel 4.9	Pengujian <i>Convergent Validity Loading Factor dan AVE</i> Tahap 2	77
Tabel 4.10	Pengujian <i>Cross Loading</i> Tahap 2	78
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – <i>Fornell and larcker criterion</i>	79
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – <i>Heterotrait –Monotrait</i>	80
Tabel 4.13	Pengujian Reliabilitas.....	81
Tabel 4.14	Hasil Uji Kolinearitas (VIF).....	83
Tabel 4.15	Hasil Uji R-Square (R^2)	84
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	85
Tabel 4.17	Hasil Uji Q^2	87
Tabel 4.18	Pengujian <i>Path Coefficient</i> dan T-statistic	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan dan Minuman, Restoran dan Sejenisnya 2011 - 2021	2
Gambar 1.2	Pengguna Internet di Ponsel Indonesia.....	7
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	33
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	60
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	60
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Pengeluaran Sebulan.....	61
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan kategori yang mengunjungi Restaurant dan Bar bulan November 2021 ...	62
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan kategori yang mengunjungi Restaurant dan Bar bulan Desember 2021	62
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan kategori jumlah pembelian makanan dan minuman saat mengunjungi Restaurant dan Bar	63
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan kategori dari Jenis Restaurant dan Bar yang diminati di Jakarta Selatan.....	64
Gambar 4.10	Outer Model Tahap 1	72
Gambar 4.11	Outer Model Tahap 2	76
Gambar 4.12	<i>Structural Model</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Questioner
Lampiran B	Hasil Data Aktual
Lampiran C	Hasil Output Outer Model – Tahap 1
Lampiran D	Hasil Output Outer Model – Tahap 2
Lampiran E	Hasil Output Inner Model
Lampiran F	Hasil Output Blind Folding
Lampiran G	Reverse
Lampiran H	Hasil Data Uji Coba
Lampiran I	Tabel T
Lampiran J	Foto Dokumentasi
Lampiran K	Hasil Turnitin

