

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI .....	IX
BAB 1 .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	14
1.3    Tujuan penelitian.....	16
Kontribusi Penelitian.....	17
1.3.1    Kontribusi Teoritis.....	17
1.3.2    Kontribusi Praktis .....	17
1.4    Ruang Lingkup Penelitian.....	18
1.5    Garis Besar Penelitian .....	18
BAB 2 .....	20
2.1    Latar Belakang .....	20
2.1.1    Pemasaran .....	20
2.1.2    Integrated Marketing Communications (IMC) .....	21
2.1.3    Direct Marketing .....	23
2.1.4    Digital Marketing .....	23
2.1.5    Advertising .....	24
2.2    Definisi Variabel.....	25
2.1.3    Purchase Intention.....	25
2.1.4    Advertisement on Instagram .....	26
2.1.5    Attitude towards Advertising .....	28
2.1.6    Personalization .....	29
2.1.7    Entertainment .....	31
2.1.8    Interactivity .....	32
2.1.9    Irritation.....	34
2.1.10    Informativitas .....	36
2.1.11    Privacy Concerns .....	37
2.1.12    Credibility .....	38

2.2	Model Penelitian .....	40
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	41
2.3.3	Hubungan Hiburan terhadap Niat Pembelian .....	41
2.3.4	Hubungan Hiburan terhadap Sikap Konsumen pada Iklan di Instagram. ....	43
2.3.5	Hubungan Interaktivitas terhadap Sikap Konsumen pada Iklan di Instagram. ....	44
2.3.6	Hubungan Personalisasi terhadap Sikap Konsumen pada iklan di Instagram .....	45
2.3.7	Hubungan Irritasi terhadap Sikap Konsumen pada Iklan di Instagram. ....	46
2.3.8	Hubungan Informativitas terhadap Sikap Konsumen pada Iklan di Instagram. ....	47
2.3.9	Hubungan Kekhawatiran Privasi terhadap Sikap Konsumen pada Iklan di Instagram. ....	49
2.3.10	Hubungan Kredibilitas terhadap Sikap Konsumen pada Iklan di Instagram. ....	50
2.3.11	Hubungan Interaktivitas terhadap Hiburan. ....	51
2.3.12	Hubungan Kekhawatiran Privasi terhadap Kredibilitas. ....	52
2.3.13	Hubungan Personalisasi terhadap niat pembelian.....	53
2.3.14	Hubungan Sikap Konsumen terhadap Iklan terhadap Niat Pembelian.....	55
2.3.15	Hubungan Kredibilitas terhadap Niat Pembelian.....	56
BAB 3	.....	59
3.1	Objek Riset.....	59
3.2	Jenis Riset .....	60
3.3	Jangkauan Interferensi Penelitian .....	60
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	61
3.5	Unit Analisis.....	71
3.6	Variabel Penelitian .....	73
3.6.1	Variabel Independen.....	73
3.6.2	Variabel Mediasi.....	74
3.6.3	Variabel Dependen .....	74
3.7	Pengumpulan Data .....	75

3.8	Metode Pengumpulan Data .....	76
3.8.1	Pengumpulan Data Primer .....	77
3.9	Proses Pembuatan Kuesioner .....	79
3.9.1	Informasi yang Diperlukan .....	79
3.9.2	Jenis Survey .....	79
3.9.3	Jenis Pertanyaan .....	80
3.9.4	Menulis Pertanyaan .....	81
3.9.5	Mengorganisasi .....	82
3.9.6	<i>Pre-Testing</i> .....	82
3.9.7	Finalisasi .....	83
3.10	Klasifikasi Data dan Profil Responden .....	83
3.11	Analisis Data .....	84
3.11.1	Mendefinisikan Populasi .....	84
3.11.2	Menentukan Desain Sampel.....	85
3.11.3	Menentukan Jumlah Sampel yang Sesuai .....	86
3.12	Pengukuran Skala.....	86
3.13	Statistik Deskriptif .....	89
3.14	Statistik Inferensial.....	91
3.15	Metode Analisis Data .....	92
3.16	Persiapan Data.....	93
3.16.1	Pemasukan Data dan Pengkodean.....	93
3.16.2	Mengedit Data.....	94
3.17	Memahami Gambaran Data/ <i>Feel for the Data</i> .....	95
3.18	<i>Testing the Goodness of Measures</i> .....	96
3.18.1	Reliabilitas .....	96
3.18.2	Validitas.....	98
3.19	PLS-SEM .....	101
3.20	Tes Multikolinearitas.....	103
3.21	Nilai <i>R-Square</i> .....	104
3.22	Studi <i>Pre-Test</i> .....	104
3.23	Validitas Konvergen Pre-test.....	105
3.24	Validitas Diskriminan HTMT Pre-test .....	110

3.25	Hasil Uji Reliabilitas Pre-test.....	111
3.26	Reliabilitas Komposit dan AVE Pre-test .....	112
3.27	<i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square Pre-test</i> .....	113
BAB 4	.....	115
4.1	Profil Responden.....	115
4.2	Profil Gender.....	116
4.3	Generasi.....	116
4.4	Periode Penggunaan Aplikasi Instagram.....	117
4.5	Jam Penggunaan Aplikasi Instagram per Hari .....	118
4.6	Tes Sebenarnya.....	119
4.7	Statistik Deskriptif .....	119
4.8	Statistik Inferensial.....	123
4.9	Uji Validitas Konvergen- <i>Actual Test</i> .....	123
4.10	Uji Validitas Diskriminan- <i>Actual Test</i> .....	127
4.11	<i>Outer Model</i> .....	130
4.12	Nilai <i>R-Square-Actual Test</i> .....	131
4.13	Nilai <i>R-Square Adjusted-Actual Test</i> .....	134
4.14	<i>Goodness of Fit-Actual Test</i> .....	135
4.15	<i>Common Method Bias-Actual Test</i> .....	138
4.16	<i>Predictive Relevance</i> .....	141
4.17	<i>F-Square</i> .....	144
4.18	<i>PLS Predict</i> .....	146
4.19	CVPAT .....	148
4.20	IPMA.....	150
4.21	Pengujian Hipotesis.....	154
4.22	Analisa Hipotesis .....	157
4.23	Diskusi .....	164
4.24	Diskusi Hipotesis .....	167
4.24.1	Hiburan memiliki keterhubungan positif dengan niat pembelian	167
4.24.2	Hiburan memiliki keterhubungan positif dengan sikap konsumen terhadap iklan di Instagram.....	169
4.24.3	Interaktivitas memiliki keterhubungan positif dengan sikap konsumen terhadap iklan di Instagram .....	171

4.24.4	Personalisasi memiliki keterhubungan positif dengan Sikap Konsumen terhadap iklan di Instagram.....	173
4.24.5	Iritasi memiliki keterhubungan negatif dengan sikap konsumen terhadap iklan di Instagram.....	175
4.24.6	Informativitas memiliki keterhubungan positif dengan sikap konsumen terhadap iklan di Instagram .....	177
4.24.7	Kekhawatiran privasi memiliki keterhubungan negatif dengan sikap konsumen terhadap iklan di Instagram.....	179
4.24.8	Kredibilitas memiliki keterhubungan positif dengan sikap konsumen terhadap iklan di Instagram .....	181
4.24.9	Interaktivitas memiliki keterhubungan positif dengan hiburan ..	184
4.24.10	Kekhawatiran privasi memiliki keterhubungan negatif dengan kredibilitas .....	185
4.24.11	Personalisasi memiliki keterhubungan positif dengan niat pembelian.....	187
4.24.12	Sikap konsumen terhadap iklan memiliki keterhubungan positif dengan niat pembelian .....	189
4.24.13	Kredibilitas memiliki keterhubungan positif dengan niat pembelian .....	190
BAB V.....		194
5.1	Kesimpulan .....	194
5.2	Implikasi Teoritis.....	199
5.3	Implikasi Manajerial .....	202
5.4	Limitasi .....	204
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	205
DAFTAR PUSTAKA .....		206
LAMPIRAN A – KUESIONER .....		234
LAMPIRAN B – MODEL PRE-TEST .....		240
LAMPIRAN C – PENGUKURAN MODEL PRE-TEST .....		241
LAMPIRAN D – PENGUKURAN MODEL ACTUAL TEST .....		252
LAMPIRAN E – MODEL STRUKTURAL ACTUAL TEST .....		257
LAMPIRAN F – ACTUAL TEST PREDICTIVE RELEVANCE.....		263