

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Teori.....	8
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i> .....	8
2.1.2 <i>Theory Used and Gratification (UGT)</i> .....	10
2.1.3 <i>Re-visit Intention</i> .....	12
2.1.4 <i>Social Media Marketing Activities</i> .....	13
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.2.1 Hubungan <i>Surveillance</i> terhadap <i>Re-visit Intention</i> .....	21
2.2.2 Hubungan <i>Social Interaction</i> terhadap <i>Re-visit Intention</i> .....	22
2.2.3 Hubungan <i>Information Sharing</i> terhadap <i>Re-visit Intention</i> .....	23

2.2.4 Hubungan <i>Remuneration</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	24
2.2.5 Hubungan <i>Entertainment</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	24
2.3 Model Penelitian.....	25
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Unit Analisis.....	26
3.3 Tipe Penelitian.....	26
3.4 Pengukuran Variabel.....	27
3.5 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	28
3.6 Populasi dan Sampel.....	30
3.6.1 Populasi.....	30
3.6.2 Sampel.....	31
3.6.3 Metode Pengumpulan Sampel.....	31
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7.1 Data Primer.....	32
3.7.2 Data Sekunder.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	32
3.8.1 <i>Outer Model</i> .....	33
3.8.2 <i>Inner Model</i> .....	34
3.8.3 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	35
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Profil Demografi Responden.....	36
4.1.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.1.2 Profil Responden berdasarkan Kelompok Usia.....	38
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pasien.....	40
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4.1.2.1 Analisis Statistik Deskriptif <i>Surveillance</i> .....	42
4.1.2.2 Analisis Statistik Deskriptif <i>Social Interaction</i> .....	43
4.1.2.3 Analisis Statistik Deskriptif <i>Information Sharing</i> .....	44
4.1.2.4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Remuneration</i> .....	44

4.1.2.5 Analisis Statistik Deskriptif <i>Entertainment</i> .....	46
4.1.2.6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Re-visit Intention</i> .....	46
4.2 Analisis Statistik Inferensial.....	47
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	48
4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen .....	49
4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	51
4.2.1.3 Uji Reliabilitas.....	51
4.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	52
4.3.1 Multikolinearitas.....	53
4.3.2 Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ) .....	54
4.3.3 Nilai <i>Effect Size</i> ( <i>F-Square</i> ) .....	55
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis .....	55
4.4 Pembahasan.....	58
4.4.1 Pengaruh <i>Surveillance</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	58
4.4.2 Pengaruh <i>Social Interaction</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	58
4.4.3 Pengaruh <i>Information Sharing</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	59
4.4.4 Pengaruh <i>Remuneration</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	59
4.4.5 Pengaruh <i>Entertainment</i> terhadap <i>re-visit intention</i> .....	60
<b>BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Manajerial.....	62
5.3 Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>A</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Website</i> dan Instagram Clinic De Votre Peau.....	3
Gambar 2.1 Model Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Gambar 4.2 Profil responden berdasarkan kategori usia.....	38
Gambar 4.3 Profil responden berdasarkan kategori pekerjaan.....	39
Gambar 4.4 Profil responden berdasarkan kategori pasien.....	40
Gambar 4.5 Hasil model pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	49
Gambar 4.6 Hasil model structural ( <i>Inner Model</i> ).....	53



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden.....	27
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	28
Tabel 4.1 Profil Demografi Responden.....	37
Tabel 4.2 Kategori Skala.....	41
Tabel 4.3 Distribusi Nilai <i>Mean Surveillance</i> .....	42
Tabel 4.4 Distribusi Nilai <i>Mean Social Interaction</i> .....	43
Tabel 4.5 Distribusi Nilai <i>Mean Information Sharing</i> .....	44
Tabel 4.6 Distribusi Nilai <i>Mean Remuneration</i> .....	45
Tabel 4.7 Distribusi Nilai <i>Mean Entertainment</i> .....	46
Tabel 4.8 Distribusi Nilai <i>Mean Revisit Intention</i> .....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan (HT/MT).....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.12 Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	54
Tabel 4.13 Nilai <i>R Square</i> .....	54
Tabel 4.14 Nilai <i>F-squared</i> .....	55
Tabel 4.15 <i>T-Statistics</i> dan <i>P-Values</i> .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian.....	A-1
LAMPIRAN B Hasil Pengolahan Data PLS-SEM.....	B-1
LAMPIRAN C Surat Izin Pengambilan Data Penelitian.....	C-1
LAMPIRAN D Hasil Uji Turnitin .....	D-1

