

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2    Manfaat Praktis.....	10
1.5    Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.6    Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>TINJAUAN LITERATUR .....</b>	<b>13</b>
2.1    Variabel Penelitian .....	13
2.1.1    Hiburan.....	13
2.1.2    Interaksi.....	16
2.1.3    Kepercayaan .....	17
2.1.4    Nilai yang Dirasakan .....	20
2.1.5    Niat Pembelian Ulang .....	22
2.2    Hipotesis Penelitian .....	25
2.2.1    Pengaruh Hiburan terhadap Kepercayaan .....	25
2.2.2    Pengaruh Hiburan terhadap Nilai yang Dirasakan .....	26
2.2.3    Pengaruh Interaksi terhadap Kepercayaan .....	28
2.2.4    Pengaruh Interaksi terhadap Nilai yang Dirasakan .....	29
2.2.5    Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Pembelian Ulang .....	30
2.2.6    Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Niat Pembelian Ulang.....	31
2.2.7    Peran Mediasi Kepercayaan dan Nilai yang Dirasakan.....	31

<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1    Paradigma Penelitian .....	35
3.2    Jenis Penelitian .....	35
3.3    Desain Penelitian .....	36
3.4    Objek Penelitian .....	36
3.5    Unit Analisis .....	37
3.6    Operasionalisasi Variabel .....	38
3.7    Skala Pengukuran Variabel .....	40
3.8    Metode Pengumpulan Data .....	41
3.9    Populasi dan Sampel .....	41
3.10   Desain Sampel .....	41
3.11   Ukuran Sampel .....	44
3.12   Metode Analisis Data .....	44
3.12.1 Statistik Deskriptif .....	44
3.12.2 Statistik Inferensial .....	45
3.13   Goodness of the data .....	46
<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Profil Responden.....	48
4.1.1. Jenis Kelamin .....	48
4.1.2. Usia .....	49
4.1.3 Domisili .....	51
4.1.4 Sosial Media.....	53
4.1.4 Keaktifan Menggunakan Layanan Gojek Indonesia .....	54
4.1.4 Frekuensi Menggunakan Layanan Gojek.....	55
4.2. Analisis Deskriptif Responden.....	57
4.2.1 Statistik Deskriptif Hiburan .....	58
4.2.2 Statistik Deskriptif Interaksi.....	59
4.2.3 Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	61
4.2.4 Statistik Deskriptif Nilai yang Dirasakan.....	63
4.2.5 Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang .....	65
4.3. Uji Instrumen .....	67

4.3.1. Measurement Model (Outer Model).....	67
4.3.2. Indicator Reliability.....	69
4.3.3. Construct Reliability .....	70
4.3.4. Convergent Validity .....	72
4.3.5. Discriminant Validity .....	72
4.4. Structural Model (Inner Model).....	74
4.4.1. Multikolinieritas .....	75
4.4.2. Koefisien Determinan (R-Squared).....	77
4.4.3. Nilai Effect Size .....	78
4.5. Uji Hipotesis .....	80
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian .....	85
<b>BAB V.....</b>	<b>94</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Implikasi Teoritis.....	96
5.3 Implikasi Manajerial .....	99
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.5 Saran Penelitian Selanjutnya.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>