

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Dasar Teori	11
2.1.1. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	11
2.1.2. <i>Branded Content Overload</i>	12
2.1.3. <i>Branded Content Irrelevance</i>	13
2.1.4. <i>Branded Ads Intrusiveness</i>	15
2.1.5. <i>Influencer</i>	16
2.1.6. <i>Social Media Fatigue</i>	17
2.1.7. <i>Lurking Behaviors</i>	18

2.2. Hipotesis Penelitian	19
2.2.1. Hubungan <i>Branded Content Overload</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	19
2.2.2. Hubungan <i>Branded Content Irrelevance</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	20
2.2.3. Hubungan <i>Branded Ads Intrusiveness</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	22
2.2.4. Hubungan <i>Influencer</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	23
2.2.5. Hubungan <i>Social Media Fatigue</i> terhadap <i>Lurking Behaviors</i>	25
2.3. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian Kuantitatif	30
3.3. Jenis Penelitian	31
3.4. Tipe Tujuan Penelitian	32
3.5. Unit Analisis	33
3.6. Pengukuran Variabel	33
3.7. Populasi dan Sampel, Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.8. Definisi Konseptual dan Operasional	38
3.9. Teknik Pembuatan Kuesioner	40
3.10. Skala Pengukuran	41
3.11. Metode Pengumpulan Data	42
3.12. Studi Pendahuluan	43
3.13. Metode Analisis Data	44
3.14. <i>Importance Performance Map Analysis (IPMA)</i>	46
3.15. Hasil Pretest	47
3.15.1. Hasil Uji Validitas Pretest	47
3.15.2. Hasil Uji Reliabilitas Pretest	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Responden	52
4.2 Statistik Deskriptif	54
4.3. Uji Statistik Inferensial	54
4.3.1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	54
4.3.1.1. Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	55

4.3.1.2. Hasil Uji Realibilitas	58
4.3.2. Hasil Pengujian Model Structural (Inner Model)	59
4.3.2.1. Uji Multikolinieritas	59
4.3.2.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.3.2.3. Uji f Square	62
4.3.2.4. Q^2 Predict	63
4.3.2.5. Hasil Uji Hipotesis	63
4.4. Importance-Performance Map Analysis (IPMA)	. 66
4.5. Pembahasan	67
4.5.1. Hubungan <i>Branded Content Overload</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	67
4.5.2. Hubungan <i>Branded Content Irrelevance</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	69
4.5.3. Hubungan <i>Branded Ads Intrusiveness</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	70
4.5.4. Hubungan <i>Influencer</i> terhadap <i>Social Media Fatigue</i>	71
4.5.5. Hubungan <i>Social Media Fatigue</i> terhadap <i>Lurking Behaviors</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	. 75
5.2. Implikasi Penelitian	. 75
5.2.1. Implikasi Teoritis	. 75
5.2.2. Implikasi Manajerial	. 77
5.3. Keterbatasan	. 78
5.4. Saran	. 79
DAFTAR PUSTAKA	. 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Sosial Media di Indonesia	1
Gambar 1.2. Lama Waktu yang Dihabiskan di Media Sosial Indonesia	2
Gambar 1.3. Kondisi Digital Indonesia 2025: Gambaran Umum	3
Gambar 1.4. Daftar Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia	4
Gambar 2.1. Model Penelitian	27
Gambar 2.2. Model Penelitian Usulan	28
Gambar 3.1. Perhitungan Sampel Menggunakan G-Power	37
Gambar 4.1. Model Jalur Uji Aktual	55
Gambar 4.2. Path model (Bootstraping)	64
Gambar 4.3. IPMA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Definisi Konseptual Definisi Operasional	38
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Konvergen – Outer Loading Pretest	48
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Konvergen Average Variance Extracted (AVE) Pretest	49
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas Pretest	50
Tabel 4.1. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2. Profil Responden berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3. Profil Responden berdasarkan Sosial Media	53
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.5. Hasil Outer Loading	55
Tabel 4.6. AVE Tabel	56
Tabel 4.7. Discriminant Validity HTMT	57
Tabel 4.8. Hasil Reliabilitas Actual test	58
Tabel 4.9. VIF Tabel Inner per Variabel	59
Tabel 4.10. VIF Tabel Inner per Indikator	60
Tabel 4.11. Nilai R-Square (R^2)	61
Tabel 4.12. Uji F Square	62
Tabel 4.13. Nilai Q^2	63
Tabel 4.14. Hasil Structural Model (Path Coefficient)	64