

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
1. Media Sosial	10
2. WhatsApp	11
3. Instagram	14
4. Perilaku Konsumen	17
5. Keputusan Pembelian	23
6. Reservasi Daring	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Model dan Hipotesis Penelitian	34

BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Lokasi Penelitian	36
3. Populasi dan Sampel	36
4. Sumber data	38
5. Teknik Pengumpulan Data	38
6. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	39
7. Desain Kuesioner	41
B. Metode Analisis	44
1. Uji Keabsahan	44
2. Teknik Analisis Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
3. Distribusi Jawaban Responden.....	53
4. Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	60
5. Hasil Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
B. Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

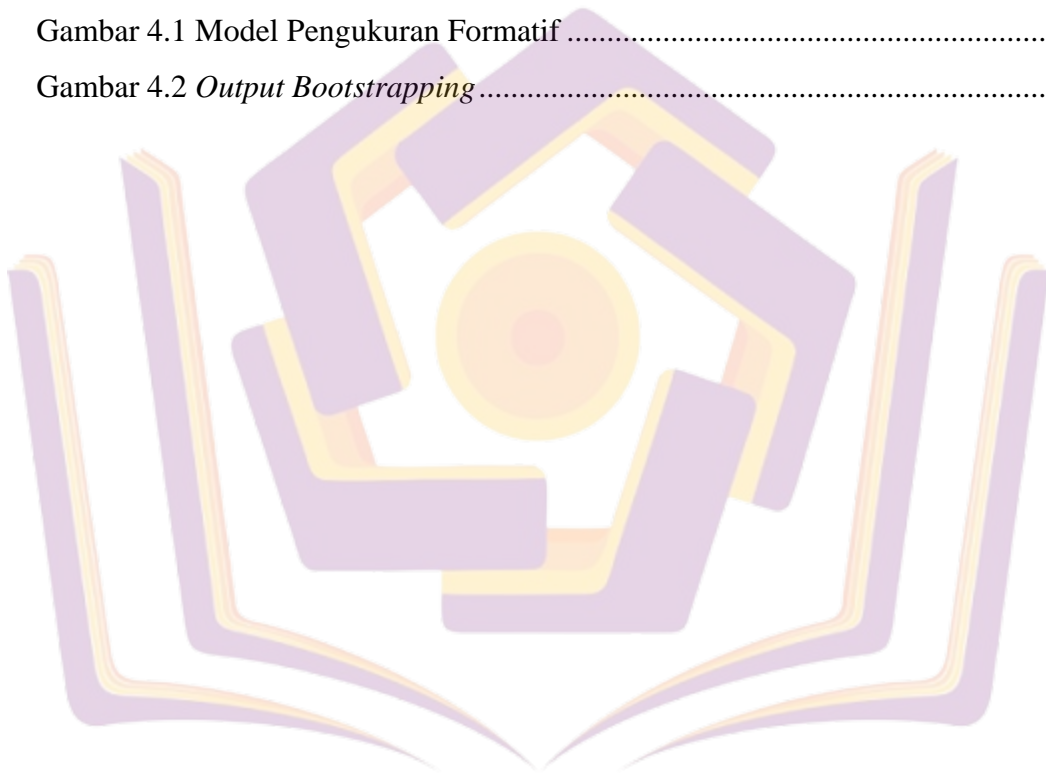
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	40
Tabel 3.2 Desain Kuesioner WhatsApp sebagai Media Reservasi	42
Tabel 3.3 Desain Kuesioner Instagram sebagai Media Reservasi	42
Tabel 3.4 Desain Kuesioner Perilaku Konsumen	43
Tabel 4.1 Usia Responden.....	51
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Perilaku Konsumen	53
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban WhatsApp sebagai Media Reservasi	56
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Instagram sebagai Media Reservasi	58
Tabel 4.6 Hasil <i>Loading Factor</i>	61
Tabel 4.7 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
Tabel 4.8 <i>Collinearity Statistics (VIF)</i>	62
Tabel 4.9 Hasil <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha & Composite Reliability</i>	63
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>R-Square</i>	65
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023 diseluruh Dunia	1
Gambar 1.2 Media Sosial yang Paling Sering digunakan di Indonesia	2
Gambar 1.3 Reservasi menggunakan media sosial WhatsApp	3
Gambar 1.4 Reservasi menggunakan media sosial Instagram	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	34
Gambar 3.1 Model SEM PLS	45
Gambar 4.1 Model Pengukuran Formatif	64
Gambar 4.2 <i>Output Bootstrapping</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 4. Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner (Google Formulir)

Lampiran 5. *Output* Nilai SmartPLS

Lampiran 6. Dokumentasi Objek Penelitian

Lampiran 7. Kartu Bimbingan Pembimbing 1

Lampiran 8. Kartu Bimbingan Pembimbing 2

