

ABSTRAK

Media sosial menawarkan kesempatan bagi konsumen untuk berbicara dengan ratusan atau bahkan ribuan konsumen lain di seluruh dunia. Media sosial menjadi semakin berpengaruh dalam pembentukan individu untuk mengambil keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis berbagai variabel interaktif media sosial berpengaruh pada pengadopsian *Social Word of Mouth* yang dimediasi oleh variabel dukungan sosial, kredibilitas *Social Word of Mouth*, dan kegunaan informasi. Jenis penelitian ini adalah *causal-explanatory* dengan metode survei kuesioner dan menggunakan metode regresi dengan mediasi yang didukung oleh software SPSS 21.0. Sampel penelitian ini adalah komunitas Traveloka yang aktif. Kuesioner disebarakan sebanyak 200 orang, dengan tingkat pengembalian 100%. Berdasarkan 14 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis diterima. Dengan demikian, adanya pengaruh interaktif media sosial pada pengadopsian *Social Word of Mouth* yang dimediasi oleh dukungan sosial, kredibilitas *Social Word of Mouth*, dan kegunaan informasi. Implikasi manajerial yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian adalah pemanfaatan peningkatan pemasaran menggunakan media sosial dalam komunitas *online* dapat berbagi informasi, pengalaman dan meningkatkan pengetahuan yang dapat dirasakan oleh para pengguna situs perjalanan *online* untuk berbagai keperluan konsumen.

Kata kunci: Interaktif media sosial, Pengadopsian *Social Word Of Mouth*, Dukungan sosial, Kredibilitas *Social Word Of Mouth*, Kegunaan informasi

ABSTRACT

Social media offers an opportunity for consumers to speak with hundreds or even thousands of other consumers around the world. Social media is becoming increasingly influential in the formation of individuals to make decisions. This study aims to examine and analyze various social media interactivity variables affect the Social Word of Mouth adoption mediated by social support variables, the Social Word of Mouth credibility, and information usefulness. This research is a causal-explanatory with survey questionnaires and using regression with mediation supported by SPSS 21.0 software. The sample was Traveloka active community. Questionnaires were distributed as many as 200 people, with a return rate of 100%. Based on the 14 hypothesis proposed in this study, suggests that the overall hypothesis is accepted. Thus, the effect of social media interactivity on the Social Word of Mouth adoption mediated by social support, the Social Word of Mouth credibility, and the information usefulness. Managerial implication raised by the research is the utilization of an increase in marketing uses social media in online communities to share information, experiences and increase knowledge which can be perceived by the users of online travel sites for a variety of consumer needs.

Keywords: Social media interactivity, Social Word Of Mouth adoption, Social support, Social Word Of Mouth credibility, Information usefulness

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAC.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.1.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
2.1.1.2 Stimulus.....	15
2.1.1.3 Respon.....	15
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	15
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4 Perilaku.....	16
2.1.5 Sikap.....	16
2.1.6 Proses Keputusan Pembelian.....	16

2.1.7 <i>Word Of Mouth</i>	17
2.1.8 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	18
2.1.9 Pengadopsian <i>Social Word Of Mouth</i>	19
2.1.10 Interaktif Media Sosial.....	21
2.1.11 Dukungan Sosial.....	23
2.1.11.1 Dukungan Sosial <i>Online</i>	24
2.1.12 Informasi.....	25
2.1.12.1 Kegunaan Informasi.....	26
2.1.13 Kredibilitas <i>Social Word Of Mouth</i>	27
2.2 Rerangka Pemikiran.....	29
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	53
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Pengujian Validitas.....	63
3.6 Pengujian Reliabilitas.....	66
3.7 Pengujian Normalitas.....	69
3.8 Pengujian Multikolinearitas.....	71
3.9 Pengujian Heterokedastisitas.....	73
3.10 Metode Analisis Data.....	75
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 77
4.1 Hasil Penelitian.....	77
4.1.1 Profil Responden.....	77
4.1.2 Data Tabulasi.....	79
4.1.2.1 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 1.....	79
4.1.2.2 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 2.....	80
4.1.2.3 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 3.....	81
4.1.2.4 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 4.....	82

4.1.2.5 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 5.....	84
4.1.2.6 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 6	85
4.1.2.7 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 7.....	86
4.1.2.8 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 8.....	86
4.1.2.9 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 9.....	87
4.1.2.10 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 10.....	89
4.1.2.11 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 11.....	90
4.1.2.12 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 12.....	91
4.1.2.13 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 13.....	92
4.1.2.14 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 14.....	93
4.1.2.15 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 15.....	94
4.1.2.16 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 16.....	95
4.1.2.17 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 17.....	96
4.1.2.18 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 18.....	97
4.1.2.19 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 19.....	98
4.1.3 Hasil Penelitian.....	99
4.1.3.1 Pengujian Hipotesis 1.....	99
4.1.3.2 Pengujian Hipotesis 2.....	100
4.1.3.3 Pengujian Hipotesis 3.....	101
4.1.3.4 Pengujian Hipotesis 4.....	102
4.1.3.5 Pengujian Hipotesis 5.....	103
4.1.3.6 Pengujian Hipotesis 6.....	104
4.1.3.7 Pengujian Hipotesis 7.....	105
4.1.3.8 Pengujian Hipotesis 8.....	107
4.1.3.9 Pengujian Hipotesis 9.....	108
4.1.3.10 Pengujian Hipotesis 10.....	109
4.1.3.11 Pengujian Hipotesis 11.....	111
4.1.3.12 Pengujian Hipotesis 12.....	112
4.1.3.13 Pengujian Hipotesis 13.....	114
4.1.3.14 Pengujian Hipotesis 14.....	116
4.1.3.15 Ringkasan Hasil Penelitian.....	118
4.2 Pembahasan.....	121

4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	131
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 135
5.1 Simpulan.....	135
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	136
5.3 Implikasi Manajerial.....	137
5.4 Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....	139
LAMPIRAN.....	146
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	181



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.2	Model Stimulus-Organism-Response.....	14
Gambar 2.3	Rerangka Teoritis.....	28
Gambar 2.4	Model Penelitian.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel (DOV).....	57
Tabel 3.2	Skala Likert.....	63
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Validitas.....	65
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	67
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Normalitas.....	70
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	72
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	74
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2	Usia.....	78
Tabel 4.3	Pengguna.....	78
Tabel 4.4	Frekuensi Pertanyaan Nomor 1.....	79
Tabel 4.5	Frekuensi Pertanyaan Nomor 2.....	80
Tabel 4.6	Frekuensi Pertanyaan Nomor 3.....	81
Tabel 4.7	Frekuensi Pertanyaan Nomor 4.....	82
Tabel 4.8	Frekuensi Pertanyaan Nomor 5.....	84
Tabel 4.9	Frekuensi Pertanyaan Nomor 6.....	85
Tabel 4.10	Frekuensi Pertanyaan Nomor 7.....	86
Tabel 4.11	Frekuensi Pertanyaan Nomor 8.....	87
Tabel 4.12	Frekuensi Pertanyaan Nomor 9.....	88
Tabel 4.13	Frekuensi Pertanyaan Nomor 10.....	89
Tabel 4.14	Frekuensi Pertanyaan Nomor 11.....	90
Tabel 4.15	Frekuensi Pertanyaan Nomor 12.....	91
Tabel 4.16	Frekuensi Pertanyaan Nomor 13.....	92
Tabel 4.17	Frekuensi Pertanyaan Nomor 14.....	93
Tabel 4.18	Frekuensi Pertanyaan Nomor 15.....	94
Tabel 4.19	Frekuensi Pertanyaan Nomor 16.....	95
Tabel 4.20	Frekuensi Pertanyaan Nomor 17.....	96
Tabel 4.21	Frekuensi Pertanyaan Nomor 18.....	97
Tabel 4.22	Frekuensi Pertanyaan Nomor 19.....	98

Tabel 4.23	Hasil Uji Hipotesis 1.....	100
Tabel 4.24	Hasil Uji Hipotesis 2.....	101
Tabel 4.25	Hasil Uji Hipotesis 3.....	102
Tabel 4.26	Hasil Uji Hipotesis 4.....	103
Tabel 4.27	Hasil Uji Hipotesis 5.....	104
Tabel 4.28	Hasil Uji Hipotesis 6.....	105
Tabel 4.29	Hasil Uji Hipotesis 7.....	106
Tabel 4.30	Hasil Uji Hipotesis 8.....	107
Tabel 4.31	Hasil Uji Hipotesis 9.....	108
Tabel 4.32	Hasil Uji Hipotesis 10.....	110
Tabel 4.33	Hasil Uji Hipotesis 11.....	111
Tabel 4.34	Hasil Uji Hipotesis 12.....	113
Tabel 4.35	Hasil Uji Hipotesis 13.....	115
Tabel 4.36	Hasil Uji Hipotesis 14.....	116
Tabel 4.37	Ringkasan Hasil Penelitian.....	118
Tabel 4.38	Perbandingan Hasil Riset Empiris.....	131

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	147
Lampiran B	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	150
Lampiran C	Pengujian Normalitas.....	155
Lampiran D	Pengujian Multikolinearitas.....	157
Lampiran E	Pengujian Heterokedastisitas.....	159
Lampiran F	Profil Responden.....	160
Lampiran G	Data Tabulasi.....	161
Lampiran H	Pengujian Regresi dengan Mediasi.....	168

