

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Aspek Teoritis	16
1.4.2 Aspek Praktis	16
1.5 Waktu Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Rangkuman Teori.....	18
2.1.1 Uses and Gratifications	18
2.1.2 Consumer's Online Brand Related Activities (COBRA).....	20
2.1.3 New Media	21
2.1.4 Media Sosial.....	23
2.1.5 TikTok.....	24
2.1.6 Fenomena Boneka Labubu.....	26
2.1 Penelitian Terdahulu	23
2.1.1 Jurnal Nasional Terdahulu	23
2.1.2 Jurnal Internasional Terdahulu.....	27
2.2 Kerangka Penelitian	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	32
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	35

3.2.1	Operasional Variabel.....	35
3.2.2	Skala Pengukuran.....	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1	Data Primer	41
3.4.2	Data Sekunder	42
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.5.1	Uji Validitas	42
3.5.2	Uji Reliabilitas	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1	Analisis Deskriptif	45
3.6.2	Method Successive Interval (MSI)	47
3.6.3	Asumsi Klasik	48
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	48
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.6.4	Analisis Koefisien Korelasi	49
3.6.5	Analisis Koefisien Determinasi	50
3.6.6	Analisis Regresi Linear Sederhana	51
3.6.7	Uji Hipotesis (Uji T)	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Pengumpulan Data	53
4.2	Karakteristik Responden	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question.....	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.3	Hasil Penelitian	58
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Motivasi Penggunaan Media Sosial.....	58
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Online (Y)	69
4.1.1	Method of Successive Interval (MSI)	76
4.1.2	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.1.2.1	Uji Normalitas.....	76
4.1.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.1.3	Uji Koefisiensi Korelasi.....	79
4.1.4	Uji Koefisiensi Determinasi.....	80
4.1.5	Uji Regresi Linear Sederhana	81
4.1.6	Uji Hipotesis	82
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.2.1	Motivasi Penggunaan Media Sosial (X)	85
4.2.2	Perilaku Online	89
4.2.3	Pengaruh Motivasi Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Online dalam Fenomena Boneka Labubu.....	93
BAB V	PENUTUP.....	104

5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran Akademis	104
5.2.2	Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		110