

ABSTRAK

Situs jejaring sosial sudah menjadi isu populer dalam penelitian beberapa tahun terakhir. Namun masih sedikit penelitian tentang pengembangan hubungan atau interaksi dan peran mereka dalam membentuk kepercayaan dan loyalitas di situs jejaring sosial. Disamping itu masih sedikit penelitian yang meneliti interaksi kedua-duanya baik *social* maupun *parasocial* dalam mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh interaksi *parasocial* terhadap interaksi sosial, pengaruh interaksi *parasocial* terhadap loyalitas, pengaruh interaksi *parasocial* terhadap kepercayaan, pengaruh interaksi sosial terhadap kepercayaan, pengaruh interaksi sosial terhadap loyalitas, dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan didukung oleh data primer melalui kuesioner. Sampel penelitian ini yaitu anggota komunitas penggemar Agnes Monica, dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik analisis menggunakan SEM dengan program atau *software* AMOS (*Analysis of Moment Structures*) 21.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi *parasocial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap interaksi sosial, interaksi *parasocial* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas, interaksi *parasocial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, interaksi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, interaksi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci: Interaksi *parasocial*, interaksi sosial, kepercayaan, loyalitas.

ABSTRACT

Social networking sites have become popular issues in the research of the last few years. But it's still a few bit of research on the development of the relationship or interaction and their role in shaping trust and loyalty on social networking websites. Moreover, there is still a little research that examines the interaction of both social as well as parasocial in affecting trust and loyalty. Therefore, the objective of this research is for knowing the influence of parasocial interaction toward social interaction, the influence of parasocial interaction toward loyalty, the influence of parasocial interaction toward trust, the influence of social interactions towards trust, the influence of social interactions towards loyalty, and the influence of trust toward loyalty. This research uses a quantitative approach with survey methods and backed by primary dat through questionnaires. The samples of this studies are members of the fan community Agnes Monica, with a total sample of 200 respondents. The technique of analysis using SEM with the program or software AMOS (Analysis of Moment Structures) 21.0. The results showed that parasocial interaction has a positive and significant influence toward social interaction, parasocial interaction has a positive influence but not significantly to loyalty, parasocial interaction has a positive and significant influence toward the trust, social interaction has a positive and significant influence toward the trust, social interaction has a positive and significant influence towards loyalty, and trust has a positive and significant influence toward loyalty.

Keywords: Parasocial Interaction, social interaction, trust, loyalty.