DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Gambaran Objek Penelitian 1
1.2 Latar Belakang Penelitian 3
1.3 Perumusan Masalah 11
1.4 Tujuan Penelitian 13
1.5 Manfaat Penelitian 14
1.5.1 Manfaat Akademis 14
1.5.2 Manfaat Praktis 14
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 17
2.1 Teori Dan Penetian Terdahulu 17
2.1.1 Pemasaran 17
2.1.2 Adopsi Teknologi 18
2.1.3 *Video On Demand* (VOD) 18
2.1.4 *Subscription Video on Demand* (SVoD) 19
2.1.5 UTAUT 20
2.1.6 UTAUT2 23
2.1.8 *Performance Expectancy* 25
2.1.9 *Effort Expectancy* 25
2.1.10 *Social Influence* 26

2.1.11 *Facilitating Condition* 26
2.1.12 *Hedonic Motivation* 27
2.1.13 *Price Value* 27
2.1.14 *Habit* 27
2.1.15 *Content* 28
2.1.16 *Behavioral Intention* 28
2.1.17 Peneliti Terdahulu 29
2.2 Kerangka Pemikiran 43
2.3 Hipotesis Penelitian 44
BAB III METODE PENELITIAN 47
3.1 Jenis Penelitian 47
3.2 Operasionalisasi Variabel 49
3.3 Tahapan Penelitian 54
3.4 Populasi dan Sampel 55
3.4.1 Populasi 55
3.4.2 Sampel 55
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data 56
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 57
3.6.1 Uji Validitas 57
3.6.2 Uji Reliablitias 60
3.7 Teknik Analisis Data 61
3.7.1 Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling*) 61
3.7.2 *Partial Least Square* (PLS) dan Evaluasi Model 62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 69
4.1 Karakteristik Responden 69
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 70
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 70
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 71
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan 71
4.2 Hasil Penelitian 72
4.2.1 Pengujian Model Pengukuran 72

4.2.1.1 Convergent Validity (Validitas Konvergen) 73
4.2.1.2 *Discriminant Validity* 77
4.2.1.3 Uji Reliabilitas (*Realibility Test)*..... 80
4.2.2 Pengujian Model Struktural 81
4.2.3 Pengaruh Variabel Moderator 84
4.2.3.1 Pengaruh Variabel *Age* 85
4.2.3.2 Pengaruh Variabel *Gender* 87
4.2.3.3 Pengaruh Variabel *Income* 89
4.2.5 Model Yang Didukung Penelitian..... 90
4.2.6 *Goodness of Fit Test* (Uji Kecocokan Model) 91
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... 92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 98
5.1 Kesimpulan..... 98
5.2 Saran 98
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan 98
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Lebih Lanjut..... 100
DAFTAR PUSTAKA 101
LAMPIRAN..... 107