

## DAFTAR ISI

<b>JUDULCOVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan Vidio .....	1
1.1.2    Visi dan Misi Vidio Dot Com.....	5
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	5
1.3    Rumusan Masalah .....	22
1.4    Tujuan Penelitian .....	22
1.5    Kegunaan Penelitian .....	23
1.5.1    Kegunaan Teoritis.....	23
1.5.2    Kegunaan Praktis .....	23
1.6    Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>25</b>
2.1    Landasan Teori.....	25

2.1.1	Pengertian Pemasaran .....	25
2.1.2	Keputusan Pembelian .....	26
2.1.3	Perilaku Konsumen.....	28
2.1.4	Video on Demand .....	30
2.1.6	UTAUT.....	32
2.1.7	UTAUT2.....	33
2.1.8	<i>Performance Expectancy</i> .....	35
2.1.9	<i>Effort Expectancy</i> .....	36
2.1.10	<i>Social Influence</i> .....	36
2.1.11	<i>Facilitating Conditions</i> .....	37
2.1.12	<i>Hedonic Motivation</i> .....	37
2.1.13	<i>Price Value</i> .....	38
2.1.14	<i>Habit</i> .....	39
2.1.15	<i>Behavioral Intention</i> .....	39
2.1.16	<i>Content</i> .....	40
2.2	Penelitian Terdahulu .....	41
2.2.1	Jurnal Nasional .....	41
2.2.2	Jurnal Internasional.....	47
2.2.3	Penelitian Terdahulu Skripsi dan Thesis .....	53
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	61
2.4	Hipotesis Penelitian.....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>65</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	65
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Perhitungan.....	67
3.2.1	Operasional Variabel .....	67
3.2.2	Skala Pengukuran .....	75

3.3	Tahapan Penelitian .....	75
3.4	Populasi dan Sampel .....	77
3.4.1	Populasi.....	77
3.4.2	Sampel .....	77
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	79
3.5.1	Pilot Tes.....	79
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	80
3.6.1	Uji Validitas .....	80
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	83
3.7	Teknis Analisis Data Penelitian .....	85
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	85
3.7.2	Model Persamaan Struktural ( <i>Structural Equation Modeling</i> ).....	87
3.7.3	<i>Partial Least Square</i> (PLS) dan Evaluasi Model.....	87
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>92</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	92
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	96
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ( <i>Gender</i> ) .....	97
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran ( <i>Age</i> ).....	99
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	100
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan ( <i>Income</i> ) ...	102
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Paket Berlangganan.....	104
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Berlangganan .....	105
4.2	Hasil Penelitian .....	107
4.2.1	Hasil Penelitian Analisis Deskriptif.....	107
4.2.2	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	126
4.2.3	Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	136

4.2.4	Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Moderator .....	140
4.3	Pembahasan Hasil Hipotesis .....	150
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>159</b>
5.1	Kesimpulan.....	159
5.2	Saran.....	162
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	162
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	165
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>166</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>169</b>