

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tinjauan Konsumen .....	3
1.3. Rumusan Masalah .....	5
1.4. Pertanyaan Riset.....	7
1.5. Tujuan Riset .....	8
1.6. Manfaat Riset .....	9
1.7. Lingkup Riset.....	9
1.7.1. Model Riset.....	9
1.7.2. Objek Riset.....	10
1.7.3. Lokasi Riset.....	11
1.7.4. Waktu Riset.....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Model Bisnis <i>Freemium</i> .....	12
2.1.2. Kualitas Layanan yang Dirasakan ( <i>Perceived Service Quality</i> ) .....	14
2.1.3. Niat Berperilaku ( <i>Behavioral Intention</i> ) .....	18
2.2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis.....	20
2.2.1. Hubungan Antara Kepastian dengan Niat Pakai Berkelanjutan dan Niat Beli Berkelanjutan .....	21
2.2.2. Hubungan Antara Keandalan dengan Niat Pakai Berkelanjutan dan Niat Beli Berkelanjutan .....	22

2.2.3. Hubungan Antara Empati dengan Niat Pakai Berkelanjutan dan Niat Beli Berkelanjutan .....	24
2.2.4. Hubungan Antara Ketanggapan dengan Niat Pakai Berkelanjutan dan Niat Beli Berkelanjutan .....	25
2.2.5. Hubungan Antara Niat Pakai Berkelanjutan dengan Niat Beli .....	27
2.3. Model Riset .....	28
<b>BAB III METODE Riset .....</b>	<b>30</b>
3.1. Strategi Riset .....	30
3.2. Desain Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel .....	31
3.3. Instrumen Riset dan Definisi Operasional .....	32
3.3.1. Kepastian .....	34
3.3.2. Keandalan .....	35
3.3.3. Empati .....	35
3.3.4. Ketanggapan .....	36
3.3.5. Niat Pakai Berkelanjutan .....	37
3.3.6. Niat Beli Berkelanjutan .....	38
3.4. Objek Riset .....	39
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.6. Teknik Analisis Data .....	42
3.6.1. Evaluasi Model Luar ( <i>Outer Model Evaluation</i> ) .....	44
3.6.2. Evaluasi Model Dalam ( <i>Inner Model Evaluation</i> ) .....	48
3.6.3. Statistik Deskriptif .....	51
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	51
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>54</b>
4.1. Penjelasan Umum .....	54
4.2. Profil Responden .....	55
4.2.1. Jenis Kelamin .....	55
4.2.2. Usia .....	56
4.2.3. Pendapatan Bulanan .....	57
4.2.4. Frekuensi Bermain Permainan Seluler Bulanan .....	58
4.2.5. Pembelian Bulanan Fitur Premium Dalam Permainan .....	58
4.2.6. Nama Permainan Seluler .....	59
4.3. Evaluasi Model Luar ( <i>Outer Model Evaluation</i> ) .....	60
4.3.1. Uji Validitas .....	60

4.3.2. Uji Reliabilitas .....	65
4.4. Evaluasi Model Dalam ( <i>Inner Model Evaluation</i> ).....	67
4.4.1. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) .....	67
4.4.2. Tingkat Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
4.4.3. Nilai Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ).....	72
4.5. Statistik Deskriptif .....	73
4.6. Uji Hipotesis .....	75
4.7. Pembahasan Hipotesis.....	81
4.7.1. Hipotesis 1 (H1): Kepastian Berpengaruh Positif Pada Niat Pakai Berkelanjutan .....	82
4.7.2. Hipotesis 2 (H2): Kepastian Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Berkelanjutan .....	83
4.7.3. Hipotesis 3 (H3): Keandalan Berpengaruh Positif Pada Niat Pakai Berkelanjutan .....	84
4.7.4. Hipotesis 4 (H4): Keandalan Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Berkelanjutan .....	85
4.7.5. Hipotesis 5 (H5): Empati Berpengaruh Positif Pada Niat Pakai Berkelanjutan .....	86
4.7.6. Hipotesis 6 (H6): Empati Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Berkelanjutan .....	87
4.7.7. Hipotesis 7 (H7): Ketanggapan Berpengaruh Positif Pada Niat Pakai Berkelanjutan .....	88
4.7.8. Hipotesis 8 (H8): Ketanggapan Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Berkelanjutan .....	89
4.7.9. Hipotesis 9 (H9): Niat Pakai Berkelanjutan Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Berkelanjutan .....	90
4.8. Kesimpulan Model Riset.....	91
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, BATASAN, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>93</b>
5.1. Kesimpulan .....	93
5.2. Implikasi.....	95
5.2.1. Implikasi Manajerial .....	95
5.2.2. Implikasi Teoretis.....	98
5.3. Batasan Riset.....	98
REFERENSI .....	100
LAMPIRAN.....	107