

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4    Tujuan Penelitian .....	9
1.5    Manfaat Penelitian .....	10
1.6    Lingkup Penelitian .....	11
1.7    Sistematika Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1    Layanan <i>Over-the-Top</i> Media (OTT Media) .....	13
2.2    Niat Perilaku Konsumen.....	14
2.3    Sikap Konsumen .....	16
2.4    Kepuasan Konsumen .....	18
2.5    Kualitas Layanan Elektronik .....	19
2.6    Penelitian Terdahulu .....	22
2.7    Hipotesis Penelitian .....	24
2.7.1    Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Kepuasan Konsumen	24
2.7.2    Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Sikap Konsumen .....	25
2.7.3    Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Niat Perilaku Konsumen .....	26
2.7.4    Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Sikap Konsumen .....	27
2.7.5    Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Niat Perilaku Konsumen .....	28

2.7.6	Pengaruh Sikap Konsumen pada Niat Perilaku Konsumen.....	29
2.8	Model Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Desain Penelitian .....	31
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.2.1	Populasi dan Sampel .....	31
3.2.2	Metode Pengambilan Sampel .....	32
3.3	Instrumen Penelitian .....	33
3.3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran .....	33
3.3.2	Metode Pengukuran .....	36
3.4	Metode Analisis Data.....	37
3.4.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	37
3.4.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	39
3.5	Uji Awal Instrumen Penelitian .....	40
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Deskripsi Data dan Karakteristik Responden .....	45
4.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	48
4.2.1	Uji Validitas .....	48
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	53
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	53
4.3.1	Variabel Kualitas Layanan Elektronik.....	54
4.3.2	Variabel Kepuasan Konsumen.....	57
4.3.3	Variabel Sikap Konsumen terhadap Aplikasi .....	58
4.3.4	Variabel Niat Perilaku Konsumen .....	59
4.4	Uji Kesesuaian Model ( <i>Model Fit</i> ) .....	60
4.5	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	61
4.5.1	Analisis Uji R <sup>2</sup> .....	61
4.5.2	Analisis Uji Hipotesis .....	62
4.6	Diskusi dan Pembahasan .....	68
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>		<b>74</b>
5.1	Simpulan .....	74
5.2	Implikasi .....	75
5.2.1	Implikasi Teoretis .....	75
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	76



5.3	Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4	Saran Penelitian Mendatang .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>