

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan penelitian	4
1.5 Kontribusi Penelitian	5
1.5.1 Kontribusi Teoritis	5
1.5.2 Kontribusi Praktis.....	6
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pemasaran Siaran Langsung.....	8
2.2 Teori Nilai Pelanggan.....	9
2.3 Model Penerimaan Teknologi	10
2.4 Pengembangan Hipotesis	12

2.4.1 Pengaruh Nilai Hedonis pada Niat Pembelian Melalui Siaran Langsung	12
2.4.2 Pengaruh Nilai Sosial pada Niat Pembelian Melalui Siaran Langsung ..	12
2.4.3 Pengaruh Persepsi Kebergunaan pada Sikap terhadap Pembelian Melalui Siaran Langsung	13
2.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan pada Sikap terhadap Pembelian Melalui Siaran Langsung.....	14
2.4.5 Pengaruh Sikap terhadap Pembelian Melalui Siaran Langsung pada Niat Pembelian melalui Siaran Langsung	15
2.4.6 Pengaruh Budaya Sebagai Pemoderasi	16
2.5 Model Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Pengujian Instrumen	29
3.5.1 Uji Validitas	29
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.5.3 Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	31
3.5.4 Teknik Analisis Data	35
3.5.5 Uji Moderasi dengan Analisis <i>Simple Slope</i>	36
3.5.6 Prosedur Pengujian Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Pengumpulan Data	38
4.2 Deskripsi Data	39
4.2.1 Profil Responden	39
4.2.2 Karakteristik Data Penelitian	43
4.3 Analisis Outlier dan Missing Value	48

4.4	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	49
4.4.1	Uji Validitas	49
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.5	Evaluasi Model Struktural	53
4.5.1	Asumsi Kecukupan Sampel	53
4.5.2	Pengujian Koefisien Determinasi	53
4.5.3	Pengujian Kesesuaian Model (Model Fit).....	54
4.5.4	Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	55
4.6	Analisis Efek Moderasi	56
4.7	Pengujian Hipotesis	58
4.8	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	65
BAB V	PENUTUP.....	77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Kontribusi Penelitian	79
5.3	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	80
Daftar Pustaka.....		82
LAMPIRAN.....		87