

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Pertanyaan penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	12
1.5. Manfaat Penelitian .....	13
1.6. Ruang Lingkup Penelitian .....	14
1.6.1. Model Penelitian.....	14
1.6.2. Objek Penelitian .....	15
1.6.3. Subjek Penelitian .....	15
1.6.4. Lokasi Penelitian .....	15
1.6.5. Waktu Penelitian .....	16
<b>BAB II</b> .....	<b>17</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
2.1. Landasan Teori .....	17
2.1.1. <i>Flow Theory</i> .....	17
2.2. LITERATURE REVIEW .....	19

2.2.1. Kehadiran Sosial.....	19
2.2.2. Interaktivitas .....	20
2.2.3. Daya Tarik Penyiar.....	20
2.2.4. Keahlian Penyiar .....	21
2.2.5. <i>Flow</i> .....	21
2.2.6. Niat Menonton Berkelanjutan .....	22
2.2.7. Niat Beli.....	22
2.2.8. <i>Optimal Stimulation Level</i> .....	23
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1. Pengaruh Kehadiran Sosial terhadap <i>flow</i> .....	24
2.3.2. Pengaruh Interaktivitas Terhadap <i>Flow</i> .....	25
2.3.3. Pengaruh Daya Tarik Penyiar Terhadap <i>Flow</i> .....	26
2.3.4. Pengaruh Keahlian Penyiar Terhadap <i>Flow</i> .....	26
2.3.5. Pengaruh <i>Flow</i> Pada Niat Menonton Berkelanjutan .....	27
2.3.6. Pengaruh <i>Flow</i> Pada Niat Beli.....	28
2.3.7. Moderasi <i>Optimal Stimulation Level</i> .....	28
2.4. Model Penelitian .....	31
<b>BAB III</b> .....	33
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	33
3.1. Desain Penelitian .....	33
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	34
3.2.1. Kehadiran Sosial.....	34
3.2.2. Interaktivitas .....	34
3.2.3. Daya Tarik Penyiar.....	35
3.2.4. Keahlian Penyiar .....	36
3.2.5. <i>Flow</i> .....	37
3.2.6. Niat Menonton Berkelanjutan .....	38
3.2.7. Niat Beli.....	38
3.2.8. <i>Optimal Stimulation Level</i> .....	39
3.3. Desain pengambilan Sampel.....	40
3.3.1. Populasi dan Sampel.....	40
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel .....	40

3.3.3. Unit Pengambilan Sampel .....	41
3.3.4. Ukuran Sampel .....	42
3.3.5. Lokasi .....	42
3.4. Instrumen Penelitian .....	42
3.4.1. Pembuka .....	43
3.4.2. Identitas Responden.....	43
3.4.3. Pertanyaan Terkait Variabel .....	43
3.4.4. Penutup .....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5.1. Data Primer.....	44
3.5.2. Data Sekunder .....	44
3.5.3. Metode Klasifikasi Data.....	45
3.6. Teknik Analisis Data .....	45
3.6.1. <i>Partial Least Square Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .....	45
3.6.2. Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	46
3.6.3. Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Profil Responden .....	50
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	51
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	51
4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	52
4.2. PLS - SEM.....	53
4.2.1. Analisis Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	53
4.2.1.1. Uji Validitas.....	53
4.2.1.2. Uji Reliabilitas.....	62
4.2.2. Analisis Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	62
4.2.2.1. Uji <i>R-Square</i> .....	63
4.3. Uji Hipotesis.....	64
4.3.1. Kehadiran Sosial dan <i>Flow</i> (H1) .....	66
4.3.2. Interaktivitas dan <i>Flow</i> (H2).....	66

4.3.3. Daya Tarik Penyiar dan <i>Flow</i> (H3) .....	66
4.3.4. Keahlian Penyiar dan <i>Flow</i> (H4) .....	67
4.3.5. <i>Flow</i> dan Niat Menonton Berkelanjutan (H5) .....	67
4.3.6. <i>Flow</i> dan Niat Beli (H6) .....	68
4.3.7. Moderasi <i>Optimal Stimulation Level</i> (H7) .....	68
a. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperlemah Pengaruh kehadiran sosial Terhadap <i>Flow</i> (H7a).....	68
b. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperkuat Pengaruh Interaktivitas Terhadap <i>Flow</i> (H7b).....	69
c. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperkuat Pengaruh Daya tarik penyiar Terhadap <i>Flow</i> (H7c).....	69
d. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperkuat Pengaruh Keahlian Penyiar Terhadap <i>Flow</i> (H7d) .....	70
4.3.8. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.4. Pembahasan .....	71
4.4.1. Kehadiran Sosial Berpengaruh Positif Terhadap <i>Flow</i> (H1).....	71
4.4.2. Interaktivitas Berpengaruh Positif Terhadap <i>Flow</i> (H2) .....	72
4.4.3. Daya Tarik Penyiar Berpengaruh Positif Terhadap <i>Flow</i> (H3).....	73
4.4.4. Keahlian Penyiar Berpengaruh Positif Terhadap <i>Flow</i> (H4).....	74
4.4.5. <i>Flow</i> Berpengaruh Positif Terhadap Niat Menonton Berkelanjutan (H5)..	76
4.4.6. <i>Flow</i> Berpengaruh Positif Terhadap Niat Beli (H6).....	77
4.4.7. Moderasi <i>Optimal Stimulation Level</i> .....	78
a. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperlemah Pengaruh Kehadiran Sosial Terhadap <i>Flow</i> (H7a).....	78
b. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperkuat Pengaruh Interaktivitas Terhadap <i>Flow</i> (H7b).....	79
c. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperkuat Pengaruh Daya Tarik Penyiar Terhadap <i>Flow</i> (H7c).....	80
d. <i>Optimal Stimulation Level</i> Memperkuat Pengaruh Keahlian Penyiar Terhadap <i>Flow</i> Secara Positif (H7d) .....	81
<b>BAB V .....</b>	<b>83</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>83</b>
5.1. Simpulan.....	83

5.2. Implikasi Penelitian .....	86
5.2.1. Implikasi Teoritis .....	86
5.2.2. Implikasi Manajerial .....	87
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	95
5.4. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>105</b>