

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	24
1.3 Pertanyaan Penelitian	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	25
1.5 Manfaat Penelitian.....	26
1.6 Lingkup Penelitian	26
1.6.1 Model Penelitian.....	26
1.6.2 Objek Penelitian.....	27
1.6.3 Lokasi Penelitian.....	27

BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	28
2.1 Landasan Teori	28
2.1.1 <i>Social Cognitive Theory</i>	28
2.1.2 <i>Broaden-and-Built Theory of Positive Emotions</i>	29
2.1.3 Festival Musik.....	30
2.1.4 <i>Firm-Generated Content</i>	31
2.1.5 <i>User-Generated Content</i>	32
2.1.6 Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan.....	33
2.1.7 Perasaan Iri	33
2.1.8 Intensi Perilaku	35
2.2 Pengembangan Hipotesis	36
2.2.1 Pengaruh <i>Firm-Generated Content</i> dan <i>User-Generated Content</i> terhadap Perasaan Iri.....	36
2.2.2 Pengaruh <i>Firm-Generated Content</i> dan <i>User-Generated Content</i> terhadap Intensi Perilaku	37
2.2.3 Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan terhadap Intensi Perilaku	38
2.2.4 Pengaruh Perasaan Iri terhadap Intensi Perilaku	39
2.2.5 Pengaruh Mediasi Perasaan Iri terhadap <i>Firm-Generated Content</i> dan <i>User-Generated Content</i> dengan Intensi Perilaku	39
2.3 Model Penelitian.....	40
BAB 3 METODE PENELITIAN	42
3.1 Strategi Penelitian.....	42
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	42
3.2.1 <i>Firm-Generated Content</i>	42
3.2.2 <i>User-Generated Content</i>	43
3.2.3 Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan	44
3.2.4 Perasaan Iri	45
3.2.5 Intensi Perilaku	46
3.2.6 Skala Pengukuran	46
3.3 Desain Pengambilan Sampel	47
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	47
3.3.2 Populasi.....	47

3.3.3 Unit Sampel	48
3.3.4 Ukuran Sampel	48
3.3.5 Daerah Sebaran Kuesioner.....	48
3.3.6 Skema Penyebaran Kuesioner	48
3.4 Profil Responden	49
3.5 Objek Penelitian	51
3.6 Metode Pengumpulan Data	52
3.7 Instrumen Penelitian.....	52
3.8 Metode Analisis Data	53
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	53
3.8.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	55
3.8.3 Pengujian Hipotesis	55
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Strategi Penelitian.....	57
4.1.1 Statistik Deskriptif.....	57
4.1.2 Korelasi Antar Variabel.....	62
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
4.2.1 Uji Validitas	63
4.2.2 Uji Reliabilitas	67
4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	68
4.3.1 <i>R Squared</i>	68
4.3.2 <i>Model Fit</i>	69
4.4 Pengujian Hipotesis	70
4.4.1 Pengaruh Langsung.....	70
4.4.2 Pengaruh Tidak Langsung	79
4.5 Ringkasan Pengujian Hipotesis	83
BAB 5 KESIMPULAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi Manajerial.....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian	91
5.4 Arah Penelitian Mendatang	92

DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	103