

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| KATA PENGANTAR | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| ABSTRAK | xi |
| <i>ABSTRACT</i> | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 13 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 16 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 16 |
| 1.5 Lingkup Penelitian | 17 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 18 |
| 2.1 Teori U&G | 18 |
| 2.2 Keinformatifan | 20 |
| 2.3 Hiburan | 21 |
| 2.4 Kesenangan | 23 |
| 2.5 Nilai hedonis | 24 |
| 2.6 Pengaruh keinformatifan terhadap perilaku pendekatan konsumen | 26 |
| 2.7 Pengaruh hiburan terhadap perilaku pendekatan konsumen | 28 |
| 2.8 Hubungan antara keinformatifan dan perilaku pendekatan konsumen dimediasi oleh kesenangan | 30 |
| 2.9 Hubungan antara hiburan dan perilaku pendekatan konsumen dimediasi oleh kesenangan | 32 |
| 2.10 Hubungan antara keinformatifan dan perilaku konsumen dimoderasi oleh nilai hedonis | 34 |

| | | |
|-----------------------------|--|-----------|
| 2.11 | Hubungan antara hiburan dan perilaku pendekatan konsumen dimoderasi oleh nilai hedonis | 36 |
| 2.12 | Model Riset | 38 |
| BAB III METODE Riset | | 41 |
| 3.1 | Strategi Riset | 41 |
| 3.2 | Definisi Operasional dan Pengukuran | 42 |
| 3.2.1. | Keinformatifan | 42 |
| 3.2.2. | Hiburan | 42 |
| 3.2.3. | Kesenangan | 43 |
| 3.2.4. | Nilai hedonis | 43 |
| 3.2.5. | Perilaku pendekatan konsumen | 44 |
| 3.2.6. | Skala Pengukuran | 44 |
| 3.3 | Desain Pengambilan Sampel | 45 |
| 3.3.1. | Metode Pengambilan Sampel | 45 |
| 3.3.2. | Populasi dan Unit Sampel | 45 |
| 3.3.3. | Ukuran Sampel | 46 |
| 3.3.4. | Daerah Sebaran Kuesioner | 47 |
| 3.4 | Skema Penyebaran Kuesioner | 48 |
| 3.5 | Profil Responden | 49 |
| 3.6 | Obyek Penelitian | 51 |
| 3.7 | Metode Pengumpulan Data | 59 |
| 3.8 | Instrumen Riset | 60 |
| 3.9 | Pengujian Instrumen | 61 |
| 3.8.1 | Uji Validitas | 61 |
| 3.8.2 | Uji Reliabilitas | 64 |
| 3.10 | Metode Analisis Data | 65 |
| 3.9.1 | Pengembangan Diagram Alur | 66 |
| 3.9.2 | Konversi Diagram Alur Dalam Persamaan | 68 |
| 3.9.3 | Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM) | 68 |
| 3.9.4 | Penentuan <i>Goodness of Fit</i> | 69 |
| 3.9.5 | Tingkat Signifikansi | 72 |

| | | |
|---------------|--|------------|
| 3.9.6 | Pengujian Hipotesis | 73 |
| BAB IV | ANALISIS DATA | 74 |
| 4.1 | Kualitas Data Penelitian | 74 |
| 4.1.1 | Analisis Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM) | 74 |
| 4.1.2 | Statistik Deskriptif | 78 |
| 4.1.3 | Matriks Korelasi Antar Variabel | 79 |
| 4.2 | Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>) | 80 |
| 4.3 | Hasil Pengujian Hipotesis | 82 |
| 4.3.1 | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama | 83 |
| 4.3.2 | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua | 86 |
| 4.3.3 | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga | 89 |
| 4.3.4 | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat | 92 |
| 4.3.5 | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima | 95 |
| 4.3.6 | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam | 97 |
| 4.4 | Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis | 100 |
| BAB V | KESIMPULAN | 103 |
| 5.1 | Kesimpulan | 103 |
| 5.2 | Implikasi Manajerial | 106 |
| 5.3 | Keterbatasan Riset | 107 |
| 5.4 | Arahan Riset Mendatang | 108 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 109 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|-----|
| Tabel 3.1 | Profil Responden | 49 |
| Tabel 3.2 | Uji <i>Barlett of sphecircity</i> dan KMO | 62 |
| Tabel 3.3 | <i>Rotated Component Matrix</i> | 64 |
| Tabel 3.4 | Ringkasan Hasil Pengukuran Uji Validitas | 64 |
| Tabel 3.5 | Hasil Uji Reliabilitas | 64 |
| Tabel 4.1 | Hasil Uji Normalitas | 75 |
| Tabel 4.2 | Hasil Uji <i>Outliers</i> | 76 |
| Tabel 4.3 | Statistik Deskriptif Data | 78 |
| Tabel 4.4 | Matrik Korelasi antar Variabel | 80 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Kesesuaian Model/ <i>Goodness of Fit Model</i> (GOF) | 81 |
| Tabel 4.6 | Hasil Pengujian Hipotesis | 83 |
| Tabel 4.7 | Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis | 102 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|--|-----|
| Gambar 1.1 | Perkembangan Pengguna Telepon Seluler dan Internet | 2 |
| Gambar 1.2 | Tujuan Pengguna Internet | 3 |
| Gambar 1.3 | Konten internet untuk membeli barang atau jasa secara daring | 5 |
| Gambar 2.1. | Model Kerangka Pikir Penelitian | 40 |
| Gambar 3.1 | Peta Negara Kesatuan Republik Indonesia | 47 |
| Gambar 3.2 | Tampilan Aplikasi Tokopedia pada Perangkat Bergerak | 53 |
| Gambar 3.3 | Tampilan Aplikasi Shopee pada Perangkat Bergerak | 55 |
| Gambar 3.4 | Tampilan Aplikasi Bukalapak pada Perangkat Bergerak | 56 |
| Gambar 3.5 | Tampilan Aplikasi Lazada pada Perangkat Bergerak | 58 |
| Gambar 3.6 | Situs Tampilan Aplikasi Blibli pada Perangkat Bergerak | 59 |
| Gambar 3.7 | Model Perilaku Pendekatan Konsumen | 67 |
| Gambar 4.1 | Gambar Model Pengujian tanpa Interaksi | 100 |
| Gambar 4.2 | Gambar Model Pengujian Interaksi | 101 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------|--|-----|
| Lampiran 1 | Kuesioner | 114 |
| Lampiran 2 | Data Penelitian | 124 |
| Lampiran 3 | Profil Responden | 127 |
| Lampiran 4 | Hasil Uji Validitas | 130 |
| Lampiran 5 | Hasil Uji Reliabilitas | 131 |
| Lampiran 6 | Hasil Analisis Deskriptif | 133 |
| Lampiran 7 | Hasil Uji Korelasi | 134 |
| Lampiran 8 | Hasil Analisis Full Model | 135 |
| Lampiran 9 | Hasil Analisis Full Model Tanpa Interaksi | 139 |
| Lampiran 10 | Hasil Full Model Dengan Variabel Interaksi | 142 |