

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Profil Perusahaan.....	1
1.1.2. Logo Perusahaan.....	2
1.1.3. Visi Misi.....	3
1.1.4. Fitur Netflix.....	3
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	5
1.3. Perumusan Masalah.....	21
1.4. Tujuan Penelitian.....	21
1.5. Manfaat Penelitian.....	22
1.6. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	25
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	25
2.2. Rangkuman Teori.....	25

2.2.1. Perceived Value	25
2.2.2. Social Identity	28
2.2.3. Behavioral Intention.....	29
2.2.4. Age	30
2.3. Hubungan Variabel	31
2.3.1. Hubungan Perceived Value dan Social Identity.....	31
2.3.2. Hubungan Perceived Value dan Behavioral Intention	32
2.3.3. Hubungan Social Identity dan Behavioral Intention	32
2.3.4. Hubungan Perceived Value dan Behavioral Intention melalui Social Identity.	33
2.3.5. Age Memoderasi Hubungan Social Identity Terhadap Behavioral Intention	33
2.3.6. Age Memoderasi Hubungan Perceived Value terhadap Behavioral Intention	34
2.4. Penelitian Terdahulu	35
2.5. Kerangka Pemikiran.....	42
2.6. Hipotesis Penelitian.....	43
2.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Operasional Variabel.....	45
3.2.1. Variabel.....	47
3.2.2. Skala Pengukuran.....	50
3.3. Tahapan Penelitian	51
3.4. Populasi Sampel	51
3.4.1. Populasi.....	52
3.4.2. Sampel.....	52
3.5. Pengumpulan Data	55

3.5.1. Data Primer	55
3.5.2. Data Sekunder	56
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.6.1. Uji Validitas	56
3.6.2. Uji Reliabilitas	57
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	58
3.7.1. Analisis Deskriptif	59
3.7.2. <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	60
3.7.3. <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	61
3.7.4. Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	63
3.7.5. Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
3.7.6. Pengujian Hipotesis.....	66
3.7.7. Analisis Efek Moderasi	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Pengumpulan Data	69
4.2. Karakteristik Responden	69
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi mendapatkan Film	73
4.3. Analisis Deskriptif	74
4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	74
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Identity</i>	80
4.3.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Behavioral Intention</i>	83
4.4. Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	86
4.5. Hasil Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	90
4.5.1. Koefisien Determinasi (<i>R²</i>)	91

4.5.1. <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	92
4.5.2. <i>Effect Size (f²)</i>	92
4.5.3. Uji Hipotesis	93
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	96
4.6.1. Pembahasan Karakteristik Responden	96
4.6.2. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	100
4.6.3. Hasil Analisis Variabel Moderasi	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran.....	111
5.2.1. Saran Kepada Akademik.....	111
5.2.2. Saran Kepada Industri	112
5.2.3. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya	114
5.3. Keterbatasan Penelitian	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	130