

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran umum objek penelitian.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Noice	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 New Media Theory	16
2.1.2 Uses and Gratification Theory	16
2.1.3 UTAUT 2	17
2.1.4 Hubungan Performance Expectancy Terhadap Continuance Intention.....	19
2.1.5 Hubungan Effort Expectancy Terhadap Continuance Intention	19
2.1.6 Hubungan Facilitating Condition Terhadap Continuance Intention	19
2.1.7 Hubungan Hedonic Motivation Terhadap Continuance Intention	20
2.1.8 Hubungan Price Value Terhadap Continuance Intention	20
2.1.9 Hubungan Content Exclusivity Terhadap Continuance Intention.....	21
2.1.10 Hubungan Social Media Content Terhadap Continuance Intention	21
2.1.11 Hubungan Habit Terhadap Continuance Intention	21
2.1.4 Penelitian Terdahulu	22

2.2	Kerangka Pemikiran	29
2.3	Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Operasional Variabel	33
3.2.1	Variabel Independen	33
3.2.2	Variabel Dependen	33
3.3	Tahapan Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1	Populasi.....	40
3.4.2	Sample.....	40
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	41
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data	44
3.8	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV.....		52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Karakteristik Responden	52
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	53
4.2.1	Analisis Deskriptif Performance Expectancy	53
4.2.2	Analisis Deskriptif Effort Expectancy	55
4.2.3	Analisis Deskriptif Facilitating Condition	56
4.2.4	Analisis Deskriptif Hedonic Motivation	58
4.2.5	Analisis Deskriptif Price Value.....	59
4.2.6	Analisis Deskriptif Content Exclusivity.....	60
4.2.7	Analisis Deskriptif Social Media Content.....	62
4.2.8	Analisis Deskriptif Habit	64
4.2.9	Analisis Deskriptif Continuance Intention.....	65
4.3	Hasil Penelitian Verifikatif	67

4.3.2 Model Pengukuran (Outer Model).....	67
4.3.3 Model Struktural (Inner Model).....	79
4.3.4 Uji Hipotesis	86
4.3.5 Pembahasan.....	88
BAB V.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	99
5.2.1 Saran Praktisi	99
5.2.2 Saran Teoritis	100
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	100
LAMPIRAN.....	107
Lampiran 1 Karakteristik Responden	108
Lampiran 2 Analisis Deskriptif.....	109
Lampiran 3 Hasil SEM PLS	115