

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Theory of Plan Behavior (TPB)	16
2.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Berlangganan Layanan Video On Demand Netflix	17
2.2.1 Intention To Subscribe.....	17
2.2.2 Video On Demand	17
2.2.3 Kualitas Layanan	18
2.2.4 Harga Berlangganan	18
2.2.5 Promosi.....	19
2.2.6 Costumer Care/Service	20
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30

3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	31
3.3 Skala Pengukuran.....	33
3.4. Tahapan Penelitian	34
3.5. Populasi dan Sampel	35
3.5.1. Populasi	35
3.5.2. Sample	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	36
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.2. Sumber Data	36
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.7.1. Uji Validitas.....	37
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	39
3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.8.2. Method Successive Interval (MSI).....	42
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.5. Koefisien Determinasi	45
3.8.6. Pengujian Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlanggan Netflix.....	48
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas	49
4.2.1 Uji Validitas.....	49
4.2.2 Uji Reliabilitas	51
4.3 Analisis Deskriptif.....	51
4.3.1 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Layanan	52
4.3.2 Tanggapan Responden mengenai Persepsi Harga	53
4.3.3 Tanggapan Responden mengenai Promosi.....	54

4.3.4	Tanggapan Responden mengenai Costumer Care	55
4.3.5	Tanggapan Responden mengenai Minat Berlangganan	56
4.4	Analisis Data	57
4.4.1	Asumsi Klasik.....	57
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.4.3	Koefisien Determinasi	61
4.4.4	Pengujian Hipotesis	62
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.5.1	Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Promosi dan Costumer Care/Service terhadap Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand Netflix.....	65
4.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand Netflix.....	65
4.5.3	Pengaruh Persepi Harga terhadap Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand Netflix.....	66
4.5.4	Pengaruh Promosi terhadap Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand Netflix	67
4.5.5	Pengaruh Costumer Care terhadap Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand Netflix.....	68
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN 1		74
LAMPIRAN 2.....		78