

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Penelitian	19
BAB II TELAAH PUSTAKA	20
2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	20
2.2 <i>Content Diversity</i> (Diversifikasi Konten)	21
2.3 <i>Perceived Value</i> (Nilai yang Dirasakan)	24
2.4 <i>Customer Brand Engagement</i>	26
2.5 <i>Satisfaction</i> (Kepuasan).....	29
2.6 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	31
2.7 Penelitian Terdahulu.....	33
2.8 Hipotesis penelitian	37
2.8.1 Hubungan <i>Content Diversity</i> dengan <i>Satisfaction</i>	37
2.8.2 Hubungan <i>Perceived Value</i> dengan <i>Satisfaction</i>	38
2.8.3 Hubungan CBE dengan <i>Satisfaction</i>	38

2.8.4 Hubungan <i>Perceived Value</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	39
2.8.5 Hubungan CBE dengan <i>Brand Loyalty</i>	40
2.8.6 Hubungan <i>Satisfaction</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	40
2.9 Kerangka Pemikiran Teori	41
2.10 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1 Variabel Penelitian	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	44
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1 Data Primer	48
3.3.2 Data Sekunder.....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis	49
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.2 Gambaran Responden Penelitian	55
4.1.2.1 Responden berdasarkan Umur	55
4.1.2.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.2.3 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.2.4 Responden berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	58
4.1.2.5 Responden berdasarkan Lama Berlangganan Disney+	
Hotstar	59
4.2 Hasil Analisa Data	60
4.2.1 Data Hilang	60
4.2.2 Uji Normalitas Data	61
4.2.3 Evaluasi Uji Outlier Data	62

4.3.4 Evaluasi atas <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	63
4.3.5 Evaluasi atas Nilai Residual	65
4.3.6 Evaluasi Reliability dan Variance Extracted	65
4.2.7 <i>Confirmation Factor Analysis</i> (CFA)	67
4.2.7.1 CFA Konstruk Eksogen	67
4.2.7.2 CFA Konstruk Endogen.....	71
4.2.8 Analisis <i>Full Model</i> SEM.....	73
4.2.9 Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Model	74
4.3 Pengujian Hipotesi.....	75
4.4 Hasil Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effects</i>	77
BAB V KESIMPULAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Implikasi	81
5.2.2 Implikasi Teoritis	81
5.2.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	86
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	99