

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	15
1.4 Sistematika Penulisan .....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	18
2.1.1 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R).....	18
2.1.2 Penemuan Musik ( <i>Music Discovery</i> ) Melalui Platform Video Pendek (X1) .....	20
2.1.3 User-Generated Content (UGC) dan Perceived Authenticity dari UGC (X2) .....	23
2.1.4 Perceived Enjoyment (M) .....	26
2.1.5 Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan (Y) .....	29
2.1.6 Penelitian Terdahulu .....	32
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	37
2.2.1 Hubungan Antara Penemuan Musik Melalui Platform Video Pendek terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> .....	37
2.2.2 Hubungan Antara Perceived Authenticity dari UGC terhadap Perceived Enjoyment .....	38
2.2.3 Hubungan Antara Penemuan Musik Melalui Platform Video Pendek terhadap Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan .....	40
2.2.4 Hubungan Antara <i>Perceived Authenticity</i> dari UGC terhadap Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan.....	41

2.2.5 Hubungan Antara <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan .....	43
2.2.6 Peran Mediasi <i>Perceived Enjoyment</i> .....	45
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
2.4 Hipotesis.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	49
3.1.1 Variabel Penelitian .....	49
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2 Populasi dan Sampel .....	55
3.2.1 Populasi.....	55
3.2.2 Sampel.....	56
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	58
3.3.1 Jenis Penelitian.....	58
3.3.2 Sumber Data.....	59
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	60
3.4.1 Survei dengan Kuesioner .....	60
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	61
3.4.3 Prosedur Penyaringan dan Instruksi Kontekstual Kuesioner .....	62
3.4.4 Prosedur Pembersihan Data, Distribusi Data, dan <i>Outlier</i> .....	63
3.4.5 Pengendalian <i>Common Method Bias (CMB)</i> .....	64
3.4.6 Etika Penelitian dan Persetujuan Responden .....	65
3.5 Metode Analisis Data .....	66
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	67
3.5.2 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	67
3.5.3 Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	70
3.5.4 Pengujian Hipotesis .....	73
3.5.5 Uji Mediasi.....	74
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....	77
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Responden.....	77
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	77
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	78
4.1.3 Hasil Pembersihan Data, Distribusi Data, dan <i>Outlier</i> .....	88
4.1.4 Hasil Pengendalian <i>Common Method Bias (CMB)</i> .....	91
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	93
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	93
4.2.2 Ringkasan Deskripsi Variabel Penelitian.....	101
4.3 Analisis Data .....	102
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	103
4.3.2 Pengujian Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	112

4.3.3 Pengujian Hipotesis melalui <i>Bootstrapping</i> .....	122
4.3.4 Uji Mediasi melalui Specific Indirect Effect .....	123
4.3.5 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	126
4.4 Interpretasi Hasil .....	128
4.4.1 Pengaruh Penemuan Musik melalui <i>Platform</i> Video Pendek terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> .....	129
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Authenticity</i> dari User-Generated Content terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> .....	130
4.4.3 Pengaruh Penemuan Musik melalui <i>Platform</i> Video Pendek terhadap Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan.....	131
4.4.4 Pengaruh <i>Perceived Authenticity</i> dari User-Generated Content terhadap Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan.....	132
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap Niat <i>Streaming</i> Lagu yang Ditemukan .....	133
4.4.6 Peran Mediasi <i>Perceived Enjoyment</i> .....	134
4.4.7 Implikasi Temuan terhadap Kerangka <i>Stimulus-Organism- Response</i> .....	136
BAB V PENUTUP.....	137
5.1 Simpulan .....	137
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	139
5.3 Saran.....	141
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	141
5.3.2 Implikasi Praktis .....	143
5.3.3 Saran untuk Penelitian Mendatang .....	144
DAFTAR PUSTAKA .....	146
LAMPIRAN.....	151

