

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	21
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Pengembangan Instrumen	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskriptif Data	50

4.2 Hasil.....	61
4.3 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi	81
5.3 Keterbatasan Penelitian	85
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023.....	1
Tabel I. 2 Rata-Rata Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital.....	2
Tabel I. 3 Ulasan Pengguna Layanan Aplikasi Disney+ Hotstar.....	11
Tabel II. 1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
Tabel III. 1 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Repurchase Intention</i>	39
Tabel III. 2 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Customer Trust</i>	40
Tabel III. 3 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Social Media Marketing</i>	40
Tabel III. 4 Pengembangan Instrumen Variabel <i>Perceived Price</i>	41
Tabel III. 5 Skala Likert.....	43
Tabel III. 6 <i>Good of Fit Measures</i>	48
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan Bulanan.....	55
Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan.....	55
Tabel IV. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Bulanan Untuk Berlangganan Aplikasi <i>Video-On-Demand</i>	56
Tabel IV. 9 Analisis Deskriptif <i>Social Media Marketing</i>	57
Tabel IV. 10 Analisis Deskriptif <i>Perceived Price</i>	58
Tabel IV. 11 Analisis Deskriptif <i>Customer Trust</i>	60
Tabel IV. 12 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	61
Tabel IV. 13 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel IV. 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel IV. 15 Hasil Uji <i>First Order Construct Social Media Marketing</i>	63
Tabel IV. 16 Hasil Uji <i>First Order Construct Perceived Price</i>	65
Tabel IV. 17 Hasil Uji <i>First Order Construct Customer Trust</i>	66
Tabel IV. 18 Hasil Uji <i>First Order Construct Repurchase Intention</i>	67
Tabel IV. 19 Hasil Uji <i>Full Model SEM</i>	68
Tabel IV. 20 Hasil Uji <i>Fit Model SEM</i>	70
Tabel IV. 21 Hasil Uji Hipotesis.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Grafik Data Aplikasi VOD Berbayar yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia (Per Agustus 2022).....	4
Gambar I. 2 Grafik Data Jumlah Pengguna Disney+ Hotstar Setahun Terakhir Secara Global.....	5
Gambar I. 3 Nilai dan Ulasan Aplikasi Disney+ Hotstar.....	7
Gambar II. 1 Kerangka Teori.....	30
Gambar IV. 1 Model <i>First Order Construct Social Media Marketing</i>	64
Gambar IV. 2 Model <i>First Order Construct Perceived Price</i>	65
Gambar IV. 3 Model <i>First Order Construct Customer Trust</i>	66
Gambar IV. 4 Model <i>Full Order Construct Repurchase Intention</i>	67
Gambar IV. 5 <i>Full Model Sem</i>	68
Gambar IV. 6 Hasil Uji Fit Model Sem.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 3 Output Uji Validitas	102
Lampiran 4 Output Uji Reliabilitas.....	104
Lampiran 5 Output <i>First Order Construct</i>	106
Lampiran 6 Output Uji Hipotesis.....	110
Lampiran 7 Hasil Uji Cek Plagiasi Turnitin	111