

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	7
1.5.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	7
1.5.2 TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Media Baru.....	18
2.1.1 Pengertian Media Baru.....	18
2.1.2 Karakteristik Media Baru.....	18
2.2 Layanan Over The Top.....	20
2.3 Vidio.....	22
2.4 Minat Berlangganan.....	23
2.4.1 Pengertian Minat Berlangganan.....	23
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	23

2.4.3 Aspek Aspek Minat Beli.....	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Objek Penelitian.....	31
3.3 Subjek Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Sumber Data.....	35
3.5.1 Data Primer.....	35
3.5.2 Data Sekunder.....	35
3.6 Variabel Penelitian.....	35
3.7 Defenisi Konseptual.....	36
3.7.1 Layanan Platform OTT (Over The Top).....	36
3.7.2 Minat Berlangganan.....	37
3.8 Defenisi Operasional.....	38
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.9.1 Kuisisioner.....	41
3.9.2 Studi Pustaka.....	41
3.10 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	42
3.10.1 Uji Validitas.....	42
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.11 Teknik Analisis Data.....	46
3.11.1 Pearson's Correlation ( <i>product momment</i> ).....	46
3.11.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
3.12 Uji Hipotesis.....	48
3.12.1 Uji Signifikansi (Uji T).....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Deskripsi Perusahaan.....	49
4.1.2 Profil Vidio.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	51
4.3 Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel.....	53

4.3.1 Deskripsi Variabel X: Layana Platform OTT Vidio.....	53
4.3.2 Hasil Analisis Variabel X: Layanan Platform OTT Vidio.....	57
4.3.3 Deskripsi Variabel Y: Minat berlangganan.....	58
4.3. Hasil Analisis Variabel Y : Minat Berlangganan.....	63
4.4 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> .....	64
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	67
4.6 Uji Koefisien Determinasi.....	68
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	69
4.7.1 Uji t.....	69
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	85