DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS ..... **iii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
ABSTRAK ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan 10
1.4 Manfaat Penelitian 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA **13**
2.1 Landasan Teoritis 13
2.1.2 *User Generated Content* (UGC) 15
2.1.*3 Electronic Word of Mouth* (eWOM) 17
2.1.4. *Awareness* 20
2.1.5 Minat *Streaming* Musik 23
2.2 Landasan Empiris 25
2.3 Hubungan Antar Variabel 56
2.3.1 Hubungan *User Generated Content* (UGC) terhadap *Awareness* 56
2.3.2 Hubungan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) terhadap *Awareness* 57
2.3.3 Hubungan *Awareness* terhadap Minat *Streaming* 57
2.3.4 Hubungan *User Generated Content* (UGC) terhadap Minat *Streaming* 58
2.3.5 Hubungan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) terhadap Minat Streaming 58
2.3.6 Hubungan *User Generated Content* (UGC) terhadap Minat *Streaming* melalui *Awareness* sebagai variabel mediasi 59
2.3.7 Hubungan *Electronic Word of Mouth* (e WOM) terhadap Minat *Streaming* melalui *Awareness* sebagai variabel mediasi 60
2.4 Kerangka Pemikiran 61
2.5 Hipotesis 62

2.5.1 Model Hipotesis 63
2.6 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....64
2.6.1 Definisi Konsep.....64
2.6.2 Definisi Operasional.....65
BAB III METODE PENELITIAN 71
3.1 Tipe Penelitian 71
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....71
3.3 Lokasi Penelitian.....72
3.4.1 Populasi.....72
3.4.2 Sampel.....73
3.5 Teknik Sampling 74
3.6 Sumber Data.....75
3.7 Teknik Pengumpulan Data 76
3.8 Skala Pengukuran.....76
3.9 Uji Instrumen Penelitian 77
3.10 Teknik Analisis Data.....81
3.11 Uji Hipotesis 84
BAB IV 86
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 86
4.1 Sejarah Lagu Garam dan Madu.....86
4.2 Bidang atau Karakeristik Objek Penelitian 91
4.3 Aspek Lain yang Relevan 91
BAB V.....93
HASIL PENELITIAN 93
5.1 Profil Responden.....93
5.2 Hasil Statistik Deskriptif per Variabel 95
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel *User Generated Content* 96
5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel *Awareness* 108
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Minat *Streaming*.....118
5.3 Analisis Statistik Inferensial 123
5.3.1 Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran) 123
5.3.2 Evaluasi Inner Model (Model Struktural).....129
5.4 Hasil Uji Hipotesis 130
BAB VI 134

PEMBAHASAN 134

6.1 Pengaruh User Generated Content terhadap Awareness lagu Garam dan Madu 134

6.2 Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Awareness lagu Garam dan Madu 136

6.3 Pengaruh Awareness terhadap minat Streaming musik lagu Garam dan Madu 138

6.4 Pengaruh *User Generated Content* terhadap minat *streaming* musik lagu Garam dan Madu.....142

6.5 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap minat *streaming* lagu Garam dan Madu.....144

6.6 Pengaruh *Awareness* sebagai mediasi *User Generated Content* terhadap minat *streaming*.....147

6.7 Pengaruh *Awareness* sebagai mediasi *Electronic Word of Mouth* terhadap minat streaming musik lagu Garam dan Madu 150

BAB VII 154

PENUTUP.....154

7.1 Kesimpulan 154

7.2 Saran.....156

DAFTAR PUSTAKA.....158

LAMPIRAN.....164