

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan	12
1.5 Manfaat Akademik.....	13
1.6 Manfaat Praktis	13
1.7 Sistematika Penulisan	14

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Grand Theory</i>	15
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	15
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.2 <i>Middle Theory</i>	17
2.2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	17
2.3 Teori Variabel	18
2.3.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	18
2.3.2 <i>Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	20
2.3.3 <i>Hedonic Motivation</i>	22
2.3.4 <i>Facilitating Conditions</i>	25
2.3.5 <i>Behavioural Intention</i>	27
2.3.6 <i>Use Behaviour</i>	27
2.4. Kerangka Konseptual.....	28
2.4.1 H1 <i>Hedonic Motivation</i> mempengaruhi <i>Behavioural Intention</i>	28
2.4.2 H2 <i>Facilitating Conditions</i> mempengaruhi <i>Behavioural Intention</i>	29
2.4.3 H3 <i>Behavioural Intention</i> mempengaruhi <i>Use Behaviour</i>	30
2.4.4 H4 <i>Facilitating Conditions</i> mempengaruhi <i>Use Behaviour</i>	30
2.4.5 H5 <i>Gender</i> mempengaruhi <i>Hedonic Motivation</i>	30
2.4.6 H6 <i>Gender</i> mempengaruhi <i>Facilitating Conditions</i>	30
2.4.7 H7 <i>Hedonic Motivation</i> mempengaruhi <i>Use Behaviour</i>	31
2.5 Penelitian Terdahulu	31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.3 Hubungan Antar Dimensi dan Indikator	39
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.5 Populasi dan Sampel	42
3.6 Metode Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	43

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Analisis Deskriptif	46
4.2.1 Profil Responden Pre-Test	46
4.2.2 Profil Responden Main-Test	48
4.3 Uji Kualitas Data.....	50
4.3.1 Pre-Tes	50
4.3.2 Main-Tes	59
4.4 Uji Hipotesis	66
4.4.1 Uji Hipotesis Sampel Gabungan	68
4.4.2 Uji Hipotesis Sampel Wanita	70
4.4.3 Uji Hipotesis Sampel Pria	72
4.4.4 Hasil Analisis Data.....	74
4.5 Pembahasan.....	76
4.5.1 Hipotesis H1: <i>Hedonic Motivation</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	76
4.5.2 Hipotesis H2: <i>Facilitating Conditions</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	77
4.5.3 Hipotesis H3: <i>Behavioural Intention</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Use Behaviour</i>	77
4.5.4 Hipotesis H4: <i>Facilitating Conditions</i> Berpengaruh Terhadap <i>Use Behaviour</i>	78
4.5.5 Hipotesis H5a: <i>Hedonic Motivation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Pada Responden Perempuan.....	79
4.5.6 Hipotesis H5b: <i>Hedonic Motivation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Pada Responden Pria	79
4.5.7 Hipotesis H6a: <i>Facilitating Conditions</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Pada Responden Perempuan	80
4.5.8 Hipotesis H6b: <i>Facilitating Conditions</i> Berpengaruh Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Pada Responden Pria	80
4.5.9 Hipotesis H7: <i>Hedonic Motivation</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Use Behaviour</i>	81
4.6 <i>Indirect Effect</i>	81
4.6.1 <i>Facilitating Conditions</i> Tidak Mempunyai Efek Tidak Langsung Terhadap	

<i>Use Behaviour Melalui Behavioural Intention</i>	82
4.6.2 <i>Hedonic Motivation Mempunyai Efek Tidak Langsung Terhadap Use Behaviour Melalui Behavioural Intention</i>	82
4.7 Strategi	83
4.7.1 <i>Ansoff Matrix</i>	83
4.7.2 <i>Digital Marketing</i>	85
4.7.3 <i>Marketing Mix</i>	85
4.7.4 <i>Gender Marketing</i>	89
4.7.4.1 <i>Gender Marketing pada Gen Z Responden Pria</i>	90
4.7.4.2 <i>Gender Marketing pada Gen Z Responden Wanita</i>	91
4.7.5 <i>Advertising</i>	92
 BAB 5 <u>SIMPULAN DAN SARAN</u>	
5.1 Simpulan	93
5.2 Implikasi Manajerial	94
5.3 Implikasi Teoritis	96
5.4 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
RIWAYAT HIDUP PENULIS	106
LAMPIRAN	