

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Bisnis Digital.....	7
2.2 <i>Startup</i> Digital	9
2.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT) II.....	12
2.4 Teknik Analisis	15
2.4.1 Pengujian Kualitas Data.....	15
2.4.2 Pengujian Asumsi Klasik	16
2.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	18
2.4.4 Pengujian Hipotesis.....	20
2.5 Penelitian Terdahulu	23

2.6	Gambaran Umum Objek Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		59
3.1	Metode Pengumpulan Data	59
3.1.1	Teknik Pengumpulan Data	59
3.1.2	Jenis dan Sumber Data	59
3.1.3	Populasi dan Sampel	60
3.2	Kerangka Pikir.....	61
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	63
3.4	Hipotesis	66
3.5	Tahapan Penelitian	67
3.6	Metode Penyelesaian.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Hasil Pengumpulan Data	71
4.1.1	Persiapan Data.....	71
4.1.2	Uji Kelayakan Data	89
4.2	Hasil Penelitian	93
4.2.1	Pengujian Data	93
4.2.2	Hasil Analisis Data.....	99
4.2.3	Hasil Pengujian	102
4.3	Pembahasan.....	109
4.3.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna	109
4.3.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna	110
4.3.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	112
4.3.4	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna	113
4.3.5	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna	114
4.3.6	Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna	116

4.3.7 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> , <i>Effort Expectancy</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Facilitating Condition</i> , <i>Hedonic Motivation</i> , dan <i>Habbit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna.....	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	124



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Awal <i>Warmspace</i>	27
Gambar 2.2 Tampilan Memulai Sesi <i>Warmspace</i>	28
Gambar 2.3 Tampilan <i>Choose Your Warmspace</i>	29
Gambar 2.4 Tampilan Pilihan Salah Satu <i>Warmspace</i>	29
Gambar 2.5 Tampilan Pemilihan Jadwal <i>Warmspace</i>	30
Gambar 2.6 Tampilan Pemilihan Bahasa Pada Proses <i>Warmspace</i>	30
Gambar 2.7 Tampilan Memulai Sesi <i>Warmspace</i>	31
Gambar 2.8 Tampilan Pertanyaan <i>Ready to Join</i>	32
Gambar 2.9 Tampilan Memulai Sesi <i>Warmspace</i>	32
Gambar 2.10 Tampilan Sesi <i>Introduction</i>	33
Gambar 2.11 Tampilan Sesi <i>Grounding</i>	34
Gambar 2.12 Tampilan Sesi <i>Opening</i>	35
Gambar 2.13 Tampilan Tanya Jawab.....	36
Gambar 2.14 Tampilan Tanya Jawab Lanjutan	36
Gambar 2.15 Tampilan Sesi <i>Deep Living</i>	37
Gambar 2.16 Tampilan Lanjutan Sesi <i>Deep Living</i>	38
Gambar 2.17 Tampilan Memberikan <i>Feedback</i> Terhadap Kata Yang Dipilih.....	38
Gambar 2.18 Tampilan Sesi Terakhir	39
Gambar 2.19 Tampilan Penilaian Perasaan <i>User</i>	39
Gambar 2.20 Tampilan Penilaian <i>User</i> Terhadap <i>Platform Warmspace</i>	40
Gambar 2.21 Tampilan Produk <i>Flow What's a Life</i>	40
Gambar 2.22 Tampilan Produk <i>Flow Discovering Who We Are</i>	41
Gambar 2.23 Tampilan Produk <i>Flow Widening the Gap</i>	42
Gambar 2.24 Tampilan Produk <i>Flow Authentic Relating Basics</i>	42
Gambar 2.25 Tampilan Produk <i>Flow Deep & Real</i>	43
Gambar 2.26 Tampilan Produk <i>Flow Authentic Leadership</i>	44
Gambar 2.27 Tampilan Produk <i>Flow Love and Relationship</i>	44
Gambar 2.28 Tampilan Produk <i>Flow Parenthood Journey</i>	45

Gambar 2.29 Tampilan Produk <i>Flow Full Colors</i>	46
Gambar 2.30 Tampilan Produk <i>Flow Connection Circle</i>	46
Gambar 2.31 Tampilan Beberapa Posting-an <i>Warmspace</i>	48
Gambar 2.32 Tampilan Fitur Pendukung <i>Scheduling</i>	49
Gambar 2.33 Tampilan Fitur Pendukung <i>Invitation</i>	49
Gambar 2.34 Tampilan Fitur Pendukung <i>Background Music & Voice Over</i>	50
Gambar 2.35 Tampilan Mekanisme Keamanan <i>Warmspace</i>	50
Gambar 2.36 Tampilan Tanggapan Publik Pertama	51
Gambar 2.37 Tampilan Tanggapan Publik Kedua	51
Gambar 2.38 Tampilan Tanggapan Publik Ketiga	52
Gambar 2.39 Tampilan Tanggapan Publik Keempat	52
Gambar 2.40 Tampilan Tanggapan Publik Kelima	53
Gambar 2.41 Tampilan Tanggapan Publik Keenam	54
Gambar 2.42 Tampilan Tanggapan Publik Ketujuh	55
Gambar 2.43 Tampilan Tanggapan Publik Kedelapan	56
Gambar 2.44 Tampilan Tanggapan Publik Kesembilan	57
Gambar 2.45 Tampilan Tanggapan Publik Kesepuluh	58
Gambar 3.1 Kerangka Pikir	63
Gambar 3.2 Tahapan Penelitian	67
Gambar 4.1 <i>Pie Chart</i> Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Demografi Responden Berdasarkan Usia	73
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Gambar 4.4 <i>Pie Chart</i> Demografi Responden Berdasarkan Skala Tingkat Kesepian	75
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Probability-Plot</i>	95
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram	96
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Grafik <i>Scatterplot</i>	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	16
Tabel 2.2 Rangkuman Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	63
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	71
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Expectancy</i> (X_1).....	76
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X_2)	78
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Influence</i> (X_3)	80
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Facilitating Condition</i> (X_4)	82
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Hedonic Motivation</i> (X_5)	84
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Habit</i> (X_6)	85
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i> (Y)	87
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Dengan <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan <i>Glejser</i>	98
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	100
Tabel 4.15 Hasil Uji-t.....	103
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	107
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner Penelitian.....	A-1
Lampiran B : Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas.....	B-1
Lampiran C : Tabulasi Data	C-1
Lampiran D : Hasil <i>Output</i> SPSS.....	D-1

