

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Halaman Judul	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Masalah Penelitian	13
1.3. Pertanyaan Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	17
1.6. Kerangka Sistematisa Penulisan	19
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	20
2.2. <i>Gamification</i>	21
2.3. <i>Achievement</i>	22
2.4. <i>Immersion</i>	24
2.5. <i>Socialization</i>	25
2.6. <i>Perceived Usefulness</i>	26
2.7. <i>Perceived Ease of Use</i>	27
2.8. <i>Consumer Behavior</i>	28
2.9. <i>Platform Loyalty</i>	29
2.10. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1. Pengaruh <i>Achievement</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	35
2.3.2. Pengaruh <i>Achievement</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	36
2.3.3. Pengaruh <i>Achievement</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i>	37
2.3.4. Pengaruh <i>Immersion</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	38
2.3.5. Pengaruh <i>Immersion</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	39
2.3.6. Pengaruh <i>Immersion</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i>	40
2.3.7. Pengaruh <i>Socialization</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	41
2.3.8. Pengaruh <i>Socialization</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	42
2.3.9. Pengaruh <i>Socialization</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i>	43
2.3.10. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	45
2.3.11. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i>	46

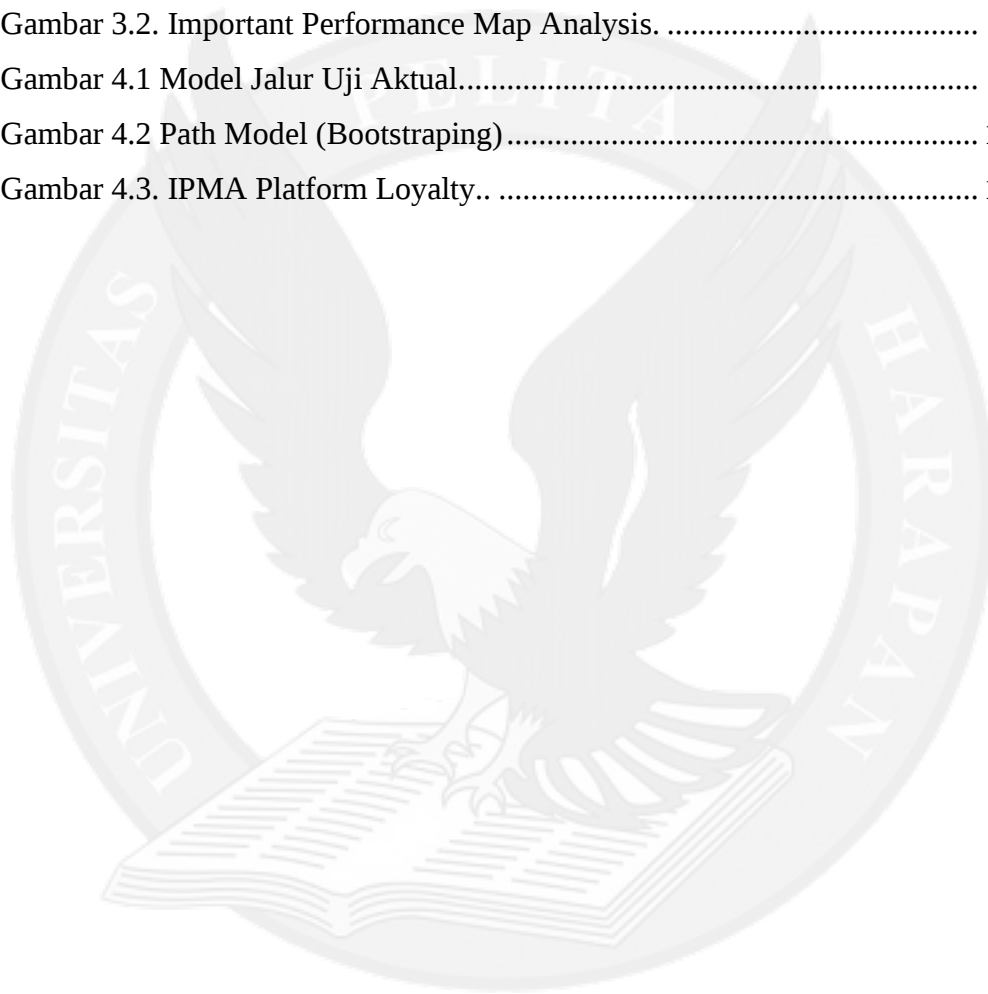
2.3.12. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i>	47
2.3.13. Pengaruh <i>Achievement</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i> dengan <i>Perceived Ease of Use</i> sebagai variabel Mediasi	48
2.3.14. Pengaruh <i>Achievement</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i> dengan <i>Perceived Usefulness</i> sebagai variabel	49
2.3.15. Pengaruh <i>Immersion</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i> dengan <i>Perceived Ease of Use</i> sebagai variabel Mediasi	50
2.3.16. Pengaruh <i>Immersion</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i> dengan <i>Perceived Usefulness</i> sebagai variabel Mediasi	51
2.3.17. Pengaruh <i>Socialization</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i> dengan <i>Perceived Ease of Use</i> sebagai variabel Mediasi	52
2.3.18. Pengaruh <i>Socialization</i> terhadap <i>Platform Loyalty</i> dengan <i>Perceived Usefulness</i> sebagai variabel Mediasi	53
2.4. Model Penelitian	54
BAB III	58
METODE PENELITIAN	58
3.1. Jenis Penelitian	58
3.2. Subjek Penelitian	60
3.3. Objek Penelitian	60
3.4. Unit Analisis	61
3.8. Definisi Operasional dan Konseptual Variabel	61
3.9. Populasi dan Sampel	67
3.10. Metode Pengumpulan Data	68
3.11. Metode Analisis Data	71
3.12. IPMA	77
BAB IV	79
HASIL PENELITIAN	79
4.1. Profil Responden	79
4.2. Uji Statistik Deskriptif	84
4.3. Uji Statistik Inferensial	97
4.5. Uji Signifikansi Hipotesis	103
4.6. Pembahasan	110
BAB V	141
PENUTUP	58
5.1. Kesimpulan	141
5.2. Implikasi	143
5.3. Keterbatasan	146
DAFTAR PUSTAKA	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1. Perbandingan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.	54
Tabel 3.2. Unit Analisis.	56
Tabel 3.3. Definisi operasional dan konseptual variable..	58
Tabel 3.2. Skala Likert	67
Tabel 3.3. Jarak Interval.....	68
Tabel 4.1. Profil Responden Penelitian.....	75
Tabel 4.2. Perilaku Responden Penelitian.....	77
Tabel 4.3. Hasil Statistik Deskriptif Achievement..	81
Tabel 4.4. Hasil Statistik Deskriptif Immersion..	83
Tabel 4.5. Hasil Statistik Deskriptif Perceived Ease of Use..	85
Tabel 4.6. Hasil Statistik Deskriptif Perceived Usefulness.....	87
Tabel 4.7. Hasil Statistik Deskriptif Platform Loyalty..	89
Tabel 4.7. Hasil Statistik Deskriptif Socialization.....	91
Tabel 4.8. Outer Loading Test Results..	93
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 4.10 AVE Tabel..	96
Tabel 4.11. Discriminant Validity HTMT..	96
Tabel 4.12. VIF	97
Tabel 4.13. Hasil Uji R-square.....	98
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis Path Coefficients..	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Partisipasi Pemirsa dalam Streaming Game TikTok.....	3
Gambar 2.1. Model Penelitian..	52
Gambar 3.1. Penentuan Sampel dengan G Power.....	64
Gambar 3.2. Important Performance Map Analysis.	74
Gambar 4.1 Model Jalur Uji Aktual.....	99
Gambar 4.2 Path Model (Bootstraping)	100
Gambar 4.3. IPMA Platform Loyalty..	125



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	141
Lampiran 2. Hasil Olah Data PLS.....	155
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Pengujian Aktual.. ..	161

