

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
PENGARUH <i>USER EXPERIENCE</i> TERHADAP <i>BEHAVIOR INTENTION</i> <i>TO USE JOOX</i> MELALUI <i>ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR</i>	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PENGARUH <i>USER EXPERIENCE</i> TERHADAP <i>BEHAVIOR INTENTION</i> <i>TO USE JOOX</i> MELALUI <i>ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR</i>	v
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Bab I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5. Tujuan Masalah.....	4
1.6. Manfaat Masalah.....	5
1.7. Keterbatasan Masalah.....	5
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	7
2.2. E-Marketing.....	8
2.2.1 Pengeritan E-Marketing.....	8
2.2.2 Manfaat E-Marketing.....	9
2.3. Aplikasi <i>Mobile</i>	10

2.4. Musik	10
2.5. <i>User Experience</i>	11
2.5.1 <i>Usability</i> Sebagai Konsep Dasar <i>User Experience</i>	12
2.6. <i>Experiential Marketing</i>	13
2.6.1 Strategi <i>Experiential Marketing</i>	14
2.7. <i>Attitude Toward Behavior</i>	17
2.8. <i>Behavior Intention</i>	18
2.9. <i>User Experience</i> Terhadap <i>Attitude Toward Behavior</i>	19
2.10. <i>Attitude Experience</i> Terhadap <i>Attitude Toward Behavior</i>	19
2.11. <i>User Exeperience</i> Terhadap <i>Behavior Intention</i>	19
2.12. Penelitian Terdahulu	20
2.13. Kerangka Berpikir	20
2.14. Hipotesa 21	
Bab III METODE PENELITIAN	23
3.1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	23
3.2. Waktu Dan Tempat Penelitian	23
3.3. Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel	24
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Variabel Indikator Penelitian.....	25
3.5.1 Variabel.....	25
3.5.2 Indikator Penelitian	26
3.6. Uji Coba Instrumen.....	26
3.6.1 Uji Validitas.....	26
3.6.2 Uji Reabilitas	27
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.1 Uji Normalitas	28
3.8. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	28
3.9. Uji Hipotesis.....	30

3.9.1 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji T).....	30
3.9.2 Uji Determinasi	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Profil Joox.....	31
4.2. Gambaran Umum Responden	33
4.2.1 Klafikasi Responden Bedasarkan Jenis Kelamin	33
4.2.2 Klafikasi Responden Bedasarkan Umur	34
4.2.3 Klafikasi Responden Bedasarkan Tempat Tinggal.....	34
4.3. Analisis Stastistika Deskriptif	34
4.3.1 Variabel <i>User Experience</i>	34
4.3.2 Variabel <i>Attitude Toward Behavior</i>	35
4.3.3 Variabel <i>Behavior Intention</i>	36
4.4. Uji Instrumen Penelitian.....	37
4.5. Uji Normalitas	38
4.6. Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	39
4.7. Hasil Uji Hipotesis.....	43
4.7.1 Hasil Uji T (Parsial).....	43
4.7.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	44
4.8. Interpretasi 45	
4.8.1 Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap <i>Behavior Intetion</i>	45
4.8.2 Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap <i>Behavior Intention</i> Melalui <i>Attitude Toward Behavior</i>	46
BAB V PENUTUP	49
5.1. Kesimpulan.....	49
5.2. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	57