

Pengaruh karakteristik yang dipersepsikan mengenai video online serta karakteristik konsumen terhadap niat untuk menonton video online dan televisi = The perceived characteristics of online video platforms and consumer-related factors affect consumer intention to use the internet and television to watch video content.

Miradni Judo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346784&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang pengaruh dan hubungan karakteristik yang dirasakan oleh video online serta karakteristik konsumen, terhadap niat untuk menonton video online dan televisi. Metode awal untuk pretesting yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS. Kemudian selanjutnya untuk menguji digunakan model Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan LISREL 88. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan atau terdapat hubungan negatif antara karakteristik yang dirasakan oleh video online serta karakteristik konsumen terhadap niat untuk menggunakan video online (intention to use online video platforms) dan niat untuk menggunakan televisi (intention to use television).

ABSTRACT

This thesis discusses the influence of relationship characteristics and perceived by online video and consumer characteristics, the intention to watch online video and television. Initial method used for pretesting are validity and reliability test using SPSS. Then subsequently used to test the model of Structural Equation Modeling (SEM) using LISREL 88. The conclusion of this study indicate that there is no relationship or a negative relationship between the perceived characteristics by online video and consumer characteristics on the intention to use online video (intention to use online video platforms) and intention to use television (intention to use television).