

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1	Skala Likert.....	56
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	57
Tabel 3.3	Data Populasi Mahasiswa UNTIRTA.....	59
Tabel 4.1	Hasil Uji Reabilitas.....	77
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif.....	78
Tabel 4.3	Analisis Frekuensi pada Variabel X (Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> ) Mengenai Kemudahan Dalam Bermain Game di Media Sosial <i>YouTube</i> .....	79
Tabel 4.4	Analisis Frekuensi pada Variabel X (Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> ) Mengenai Manfaat Untuk Diri Sendiri.....	80
Tabel 4.5	Analisis Frekuensi pada Variabel X (Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> ) Mengenai Meningkatkan Kreatifitas Penonton.....	80
Tabel 4.6	Analisis Frekuensi pada Variabel X (Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> ) Mengenai Konten <i>gaming mobile legends</i> Santai dan Menyenangkan.....	81
Tabel 4.7	Analisis Frekuensi pada Variabel X (Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> ) Mengenai Sarana Hiburan Untuk Mengisi Waktu Luang.....	82
Tabel 4.8	Analisis Frekuensi pada Variabel X (Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> ) Mengenai Memberikan Informasi Tentang Strategi dan Cara Bermain Game yang Baik.....	82
Tabel 4.9	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Merupakan Sarana Hiburan.....	84
Tabel 4.10	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Memberi Pengetahuan Tentang Game.....	84
Tabel 4.11	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Membuat Lupa Waktu.....	85

Tabel 4.12	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Termotivasi Menjadi <i>Creator</i> Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> .....	86
Tabel 4.13	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Merupakan Gaya Hidup Remaja.....	86
Tabel 4.14	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Menonton Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Merubah Sikap Menjadi Lebih Baik.....	87
Tabel 4.15	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_1$ (Sikap) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Berpengaruh Secara Emosional.....	88
Tabel 4.16	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_2$ (Norma Subjektif) Mengenai Nilai-Nilai Norma yang Diyakini.....	89
Tabel 4.17	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_2$ (Norma Subjektif) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Berdampak Kecanduan Pada Penontonnya.....	90
Tabel 4.18	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_2$ (Norma Subjektif) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Menimbulkan Efek Negatif Bagi Penontonnya.....	91
Tabel 4.19	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_2$ (Norma Subjektif) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Mengandung Kata Kasar dan Sara.....	91
Tabel 4.20	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_3$ (Kendali Perilaku) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Mengubah Perilaku Individu yang Menontonnya.....	93
Tabel 4.21	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_3$ (Kendali Perilaku) Mengenai Memilih Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> atas Kemauan Diri Sendiri.....	93
Tabel 4.22	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_3$ (Kendali Perilaku) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Lebih Menarik Dari Konten Lainnya.....	94
Tabel 4.23	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_3$ (Kendali Perilaku) Mengenai Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> Berpengaruh Positif dan Negatif Pada Penontonnya.....	95
Tabel 4.24	Analisis Frekuensi pada Variabel $Y_3$ (Kendali Perilaku) Mengenai Memiliki Kemampuan Bermain Game Setelah Melihat Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial <i>YouTube</i> .....	95

Tabel 4.25	Sample Kolmogorov-Smirnov.....	102
Tabel 4.26	Hasil Uji Heterogenitas Regresi.....	103
Tabel 4.27	Hasil Uji Multikolinearitas.....	104
Tabel 4.28	Hasil Uji Statistik F Konten Gaming Mobile Legends di Media Sosial YouTube terhadap Sikap.....	106
Tabel 4.29	Hasil Uji Statistik F Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Norma Subjektif.....	106
Tabel 4.30	Hasil Uji Statistik F Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Kendali Perilaku.....	107
Tabel 4.31	Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 1.....	109
Tabel 4.32	Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 2.....	109
Tabel 4.33	Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 3.....	109
Tabel 4.34	Hasil Uji t Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Sikap.....	111
Tabel 4.35	Hasil Uji t Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Norma Subjektif.....	112
Tabel 4.36	Hasil Uji t Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Kendali Perilaku.....	112
Tabel 4.37	Hasil Uji <i>R Square</i> Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Sikap.....	114
Tabel 4.38	Hasil Uji <i>R Square</i> Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Norma Subjektif.....	115
Tabel 4.39	Hasil Uji <i>R Square</i> Konten <i>Gaming Mobile Legends</i> di Media Sosial YouTube terhadap Kendali Perilaku.....	115