

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Landasan Teori.....	10
1.5.1 Technology Acceptance Model (TAM)	10
1.5.2 Efektivitas.....	12
1.5.3 Konsep <i>Live shopping</i>	13
1.5.4 Konsep Minat Beli.....	14
1.5.5 Hipotesis	16
1.5.6 Kerangka Pemikiran	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
1.1 Efektivitas	18
1.1.1 Definisi Efektivitas	18
1.1.2 Efektivitas Pemasaran.....	19

1.1.3	Pendekatan Pengukuran Efektivitas	20
1.2	<i>Live shopping</i>	22
1.2.1	Definisi <i>Live shopping</i>	22
1.2.2	<i>Social commerce</i> TikTok Shop.....	24
1.2.3	TikTok Live Streaming <i>Shopping</i>	26
1.2.4	Indikator TikTok <i>Live shopping</i>	27
1.3	Minat Beli	31
1.3.1	Definisi Minat Beli	31
1.3.2	Faktor – Faktor Minat Beli	32
1.3.3	Indikator Minat Beli	33
1.4	Penelitian Terdahulu	35
BAB III		49
METODE PENELITIAN		49
3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Objek Penelitian.....	49
3.3	Subjek Penelitian	50
3.4	Variabel Penelitian.....	50
3.4.1	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	50
3.4.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	50
3.5	Sumber Data.....	51
3.5.1	Sumber Data Primer	51
3.5.2	Sumber Data Sekunder	51
3.6	Definisi Konseptual	52
3.6.1	Efektivitas <i>Live shopping</i> pada platform TikTok akun @skintific_id (X).....	52
3.6.2	Minat Beli produk <i>skincare</i> Skintific di <i>Social commerce</i> TikTok Shop (Y).....	52
3.7	Definisi Operasional	53
3.8	Populasi dan Sampel.....	57
3.8.1	Populasi	57
3.8.2	Sampel	57
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.9.1	Uji Validitas.....	58
3.9.2	Uji Reliabilitas	60
3.10	Teknik Pengambilan Sampel.....	60
3.11	Teknik Pengumpulan Sampel.....	61

3.12	Teknik Analisis Data.....	62
3.12.1	Uji Normalitas.....	62
3.12.2	Uji Linieritas	62
3.12.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	63
3.12.4	R Square.....	63
3.12.5	Pengujian Hipotesis (Uji T)	65
BAB IV		66
HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Karakteristik Responden.....	66
4.2	Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel	71
4.2.1	Deskripsi Variabel X: Efektivitas <i>Live shopping</i> pada platform TikTok akun @skintific_id	71
4.2.2	Deskripsi Variabel Y: Minat Beli Produk <i>Skincare</i> Skintific di <i>Social commerce</i> TikTok Shop	77
4.3	Hasil Uji Normalitas	79
4.4	Hasil Uji Linieritas.....	80
4.5	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	81
4.6	Hasil Uji <i>R Square</i> (Koefisien Determinasi)	82
4.7	Hasil Uji Korelasi Parsial (Uji <i>t</i>).....	82
4.8	H ₁ : Adanya Pengaruh Efektivitas <i>Live shopping</i> Pada Platform TikTok akun @skintific_id dalam menarik minat beli konsumen terhadap produk <i>skincare</i> Skintific di <i>Social commerce</i> TikTok Shop.....	83
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V		95
PENUTUP		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		97
LAMPIRAN		102