

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Keputusan Pembelian Online.....	12
2. <i>Live Streaming shopping</i>	15
3. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	17
4. Kepercayaan	19
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Hubungan Antar Variabel	27
D. Kerangka Pemikiran	33
E. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Rancangan Penelitian	36

B. Objek dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi	37
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	38
E. Jenis Data Penelitian	40
F. Prosedur Pengambilan Data	40
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	41
H. Definisi Operasional Variabel	42
I. Skala Pengukuran Variabel	45
J. Uji Instrumen	47
K. Teknik Analisa Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Analisis Deskriptif	60
B. Analisis Kuantitatif	69
C. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 3 Skor Skala Likert	46
Tabel 3. 4 Kategori Interval	47
Tabel 3. 5 <i>Outer Loading</i> 30 Responden	49
Tabel 3. 6 <i>Cross Loading Factor</i> 30 Responden	50
Tabel 3. 7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> 30 Responden	51
Tabel 3. 8 <i>Composite Reliability</i> 30 Responden	53
Tabel 3. 9 <i>Cronbach's Alpha</i>	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	61
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	62
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4. 6 Kategori Interval Variabel	64
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel <i>Live Streaming Shopping</i>	64
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel <i>Electronic Word Of mouth</i>	66
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	67
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4. 11 <i>Outer Loading</i> 100 Responden	71
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading Factor</i> 100 Responden	73
Tabel 4. 13 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> 100 Responden	74
Tabel 4. 14 <i>Composite Reliability</i> 100 Responden	75
Tabel 4. 15 <i>Cronbach's Alpha</i>	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji R-Square (R^2)	77
Tabel 4. 17 Hasil Model FIT.....	77
Tabel 4. 18 Hasil <i>Part Coefficient</i>	78
Tabel 4. 19 Hasil <i>Spesific Indirect Effect</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet 2023 di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Data Pengunjung E-commerce Kategori <i>Marketplace</i> Tahun 2023 di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Grafik <i>Live Shopping</i> Enam Negara Asean Tahun 2021	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	33
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i> 100 Responden	70
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i> 100 Responden	70

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	93
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA PENELITIAN 30 RESPONDEN	99
LAMPIRAN III HASIL UJI INSTRUMEN 30 RESPONDEN	104
LAMPIRAN IV REKAPITULASI DATA KARAKTERISTIK 100 RESPONDEN	107
LAMPIRAN V REKAPITULASI DATA PENELITIAN 100 RESPONDEN	114
LAMPIRAN VI HASIL ANALISS DATA 100 RESPONDEN	127
LAMPIRAN VII CONTOH ELECTRONIC WORD OF MOUTH MENGENAI APLIKASI SHOPEE DAN PEMASARAN DI SHOPEE.....	132