

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Impulsive Buying Behaviour.....	13
2. <i>Live Streaming Shopping</i>	16
3. Harga	19
4. <i>Electronic Word of Mouth</i>	21

B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hubungan Antar Variabel.....	30
1. Pengaruh variabel <i>Live Streaming</i> terhadap variabel <i>Impulse Buying Behaviour</i>	30
2. Pengaruh variabel Harga terhadap variabel <i>Impulse Buying Behaviour</i>	31
3. Pengaruh variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap variabel <i>Live Streamig Shopping</i>	32
D. Kerangka Pemikiran.....	33
E. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian.....	36
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	37
C. Populasi.....	37
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	38
E. Besaran Sampel.....	39
F. Jenis Data Penelitian	40
G. Prosedur Pengambilan Data	41
H. Klasifikasi Varibel Penelitian.....	42
I. Definisi Operasional Variabel	43
J. Skala Pengukuran Variabel.....	44
K. Uji Instrumen	47
L. Metode Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Deskriptif	55

1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	55
2. Analisis Deskriptif Variabel	59
B. Analisis Kuantitatif	65
1. Persamaan Linear Berganda	65
2. Hasil Uji Hipotesis	68
C. Pembahasan	73
1. Pengaruh Secara Bersama-sama <i>Live Streaming Shopping</i> , Harga, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran “Yogyakarta”	73
2. Pengaruh <i>Live Streaming Shopping</i> (X1) Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran “Yogyakarta”	75
3. Pengaruh Harga (X2) Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran “Yogyakarta”	76
4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran “Yogyakarta”	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

LAMPIRAN.....	85
----------------------	-----------