

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Hubungan Antar Variabel.....	34
D. Kerangka Konseptual	38
E. Hipotesis	39
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian	41
B. Obyek dan Waktu Penelitian	42

C. Populasi	42
D. Sampel dan Teknik Sampling	42
E. Jenis Data Penelitian	45
F. Metode Pengambilan Data	45
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	46
H. Definisi Operasional Variabel	48
K. Teknik Analisis Data	56
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Analisis Deskriptif	65
B. Analisis Kuantitatif	78
C. Pembahasan	98
BAB V.....	112
KESIMPULAN DAN SARAN	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Pembelian Impulsif	17
Tabel 2.2 Indikator <i>Social presence of live streaming platform</i>	20
Tabel 2.3 Indikator Kepercayaan Konsumen	23
Tabel 2.4 Indikator <i>Flow Experience</i>	25
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional	48
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Responden	51
Tabel 3.3 Hasil <i>Loading Factor</i> 30 Responden	53
Tabel 3.4 Hasil <i>Cross Loading Factor</i> 30 Responden	55
Tabel 3.5 Hasil <i>Average Variance Extraced</i> (AVE) 30 Responden	54
Tabel 3.6 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> 30 Responden .	56
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel 4.4 Kategorisasi Variabel	68
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Social presence of live streaming platform</i>	70
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen	72
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Flow Experience</i>	75
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Pembelian Impulsif	77
Tabel 4.9 Nilai <i>Outer Loading</i> 200 Responden	80
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) 200 Responden	81
Tabel 4.11 Nilai <i>Cross Loading</i> 200 Responden	82
Tabel 4.12 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	84
Tabel 4.13 <i>Composite Reliability</i> 200 Responden	86
Tabel 4.14 <i>Cronbach's Alpha</i> 200 Responden	86
Tabel 4.15 <i>Collinearity Statistics</i> (VIF)	88
Tabel 4.16 <i>R-Square</i>	89
Tabel 4.17 <i>Q-Square</i>	90
Tabel 4.18 <i>F-Square</i>	91
Tabel 4.19 Hasil <i>Path Coeficient</i>	92
Tabel 4.20 Hasil <i>Specific Indirect Effect</i>	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	39
Gambar 4.1 Hasil <i>Outer Model</i>	78
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	125
Lampiran 2. Lampiran Kuesioner Google Form	131
Lampiran 3. Tabulasi Data 200 Responden	137
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif.....	145
Lampiran 5. Hasil Analisis Kuantitatif.....	147