

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 Stimulus-Organism-Response (SOR).....	12
2.1.2 <i>Live Streaming</i> sebagai Stimulus.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.1.1 Waktu Penelitian.....	24
3.1.2 Tempat Penelitian	24
3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28

3.5 Pengembangan Instrumen	28
3.5.1 Definisi Konseptual Variabel.....	28
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.5.3 Skala Pengukuran	29
3.6 Instrumen Penelitian.....	30
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.7.1 Uji Validitas.....	32
3.7.2 Uji Reliabilitas	33
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.8.1 Analisis Deskriptif	34
3.8.2 Analisis Rata-Rata	35
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Analisis Deskriptif Data	38
4.1.1 Profil Responden.....	38
4.1.2 Uji Instrumen Penelitian	42
4.2 Analisis Hasil Data	45
4.2.1 Analisis Deskriptif	45
4.2.2 Analisis Rata-rata.....	50
BAB V.....	53
PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Implikasi	55
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	55
5.2.2 Implikasi Praktis	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	58
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR LAMPIRAN.....	66
Lampiran 1. Kuesiner Penelitian	66
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data.....	71
Lampiran 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	75

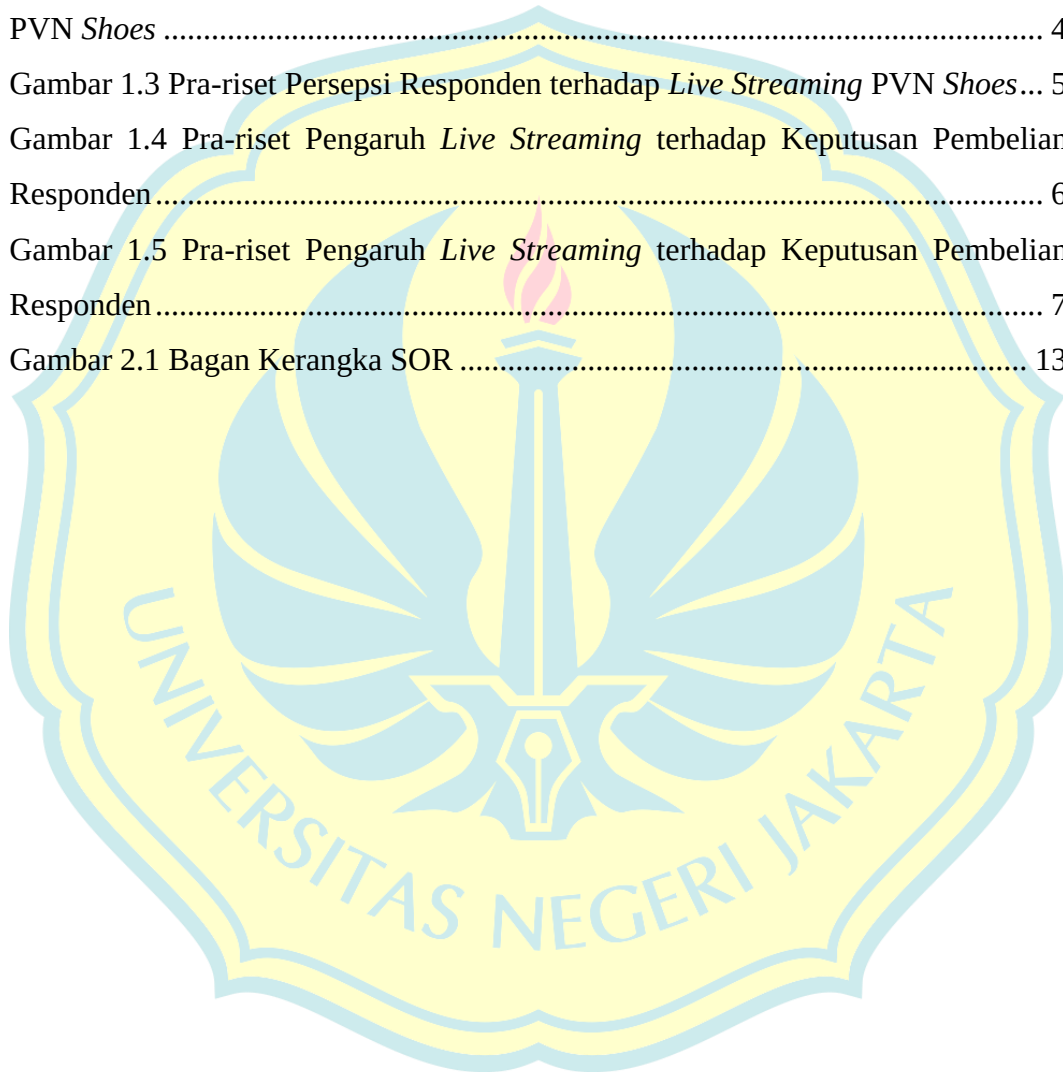
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	76
Lampiran 5. Hasil Turnitin	77



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Rata-rata Jumlah Kunjungan ke lima Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pra-riset Tingkat Eksposur Responden terhadap Konten <i>Live Streaming</i> PVN Shoes	4
Gambar 1.3 Pra-riset Persepsi Responden terhadap <i>Live Streaming</i> PVN Shoes...	5
Gambar 1.4 Pra-riset Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian Responden.....	6
Gambar 1.5 Pra-riset Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian Responden.....	7
Gambar 2.1 Bagan Kerangka SOR	13



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	18
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	24
Tabel 3.2 Skala <i>Likert-type</i>	29
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.4 Bobot Skor Kriteria.....	34
Tabel 3.5 Rentang Skala Kriteria	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
Tabel 4.5 Uji Validitas	43
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Dimensi <i>E-commerce anchor attribute</i>	46
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Immersion</i>	47
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Perceived Scarcity</i>	49
Tabel 4.10 Skor Rata-rata Dimensi.....	51

Intelligentia - Dignitas

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesiner Penelitian.....	66
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data	71
Lampiran 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian	75
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	76
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	77



Intelligentia - Dignitas