

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Nilai – Nilai Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II LITERATURE REVIEW.....	15
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	15
2.1.2 <i>Live Streaming</i>	16

2.1.3	<i>Habit</i>	17
2.1.4	<i>Purchase Intention</i>	19
2.1.5	<i>Product Uncertainty dan Informasi</i>	19
2.1.6	Hubungan antara Informasi Produk dan <i>Purchase Intention</i>	20
2.1.7	Penelitian Terdahu	20
2.2	Kerangka Pemikiran.....	26
2.3	Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Karakteristik Penelitian.....	29
3.2	Operational Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.2.1	Operational Variabel	30
3.2.2	Skala Pengukuran.....	35
3.3	Tahapan Penelitian	36
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Pengumpulan Data	39
3.5.1	Jenis Data	39
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas	39
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Realibilitas	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1	Analisis Deskriptif	44
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	45
3.7.3	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	46

3.7.4	Evaluasi Model Pengukuran	47
3.7.5	Evaluasi Model Struktural	50
3.7.6	Uji Efek Moderasi	52
3.7.7	Uji Variabel Kontrol	52
3.7.8	Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Karakteristik Responden	56
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	59
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Partisipasi Berbelanja Melalui Fitur <i>Live Streaming</i>	60
4.1.6	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian pada <i>Live Streaming</i>	61
4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Analisis Deskriptif	61
4.2.2	Hasil Analisis PLS-SEM.....	71
4.2.3	Model Struktural (<i>inner model</i>)	77
4.2.4	Uji Efek Moderasi	79
4.2.5	Uji Variabel Kontrol	81
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.3.1	Hasil Uji Hipotesis SEM.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	97