

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2    Latar Belakang .....	2
1.3    Rumusan Masalah .....	5
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	6
1.5    Batasan Masalah.....	6
1.6    Tujuan Penelitian.....	7
1.7    Manfaat Penelitian.....	7
1.7.1    Aspek Teoritis.....	7
1.7.2    Aspek Praktis .....	7
1.8    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1    Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1    Technology Anxiety .....	9
2.1.2    Perilaku Konsumen.....	9
2.1.3    Perilaku Belanja Online .....	12
2.1.4 <i>Live Streaming</i> .....	13
2.1.5 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	14
2.1.6 <i>Promotional Tools</i> .....	14
2.1.7 <i>Online Reviews</i> .....	14

2.1.8	Pengaruh Antar Variabel .....	15
2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
2.3	Kerangka Pemikiran .....	23
2.4	Hipotesis Penelitian .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Operasional Variabel .....	26
3.2.1	Operasional Variabel .....	26
3.2.2	Skala Pengukuran .....	28
3.3	Tahapan Penelitian .....	29
3.4	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Sampel .....	31
3.5	Pengumpulan Data .....	32
3.5.1	Pengumpulan Data.....	32
3.5.2	Sumber Data .....	33
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	33
3.6.1	Uji Validitas Konvergen .....	34
3.6.2	Uji Reabilitas .....	35
3.7	Teknik Analisis Data .....	36
3.7.1	Analisis SEM ( <i>Structural Equation Modelling</i> ) .....	36
3.7.2	Goodness of Fit.....	37
3.7.3	Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV .....</b>		<b>39</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	39
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas .....	41

4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.2.2	Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	43
4.2.3	Uji Moderasi .....	46
4.3	Pembahasan Penelitian .....	47
4.3.1	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i> .....	47
4.3.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i> 47	
4.3.3	Pengaruh <i>Promotional Tools</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i> ....	47
4.3.4	Pengaruh <i>Online Review</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i> .....	48
4.3.5	Pengaruh <i>Technology Anxiety</i> dalam Memoderasi <i>Live Streaming</i> , <i>Celebrity Endorsement</i> , <i>Promotional Tools</i> , dan <i>Online Review</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i> .....	48
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>50</b>
5.1	Saran.....	51
5.2	Kesimpulan.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>53</b>