

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	7
1.4    Tujuan Penelitian.....	7
1.5    Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN TEORITIS .....	9
2.1    Teori dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 <i>Strategy Marketing</i> .....	9
2.1.2 <i>E-commerce</i> .....	10
2.1.3 <i>Influencer Live Streaming</i> .....	10
2.1.4 <i>Online Impulse buying</i> .....	11
2.1.5 <i>Urge to buy impulsively</i> .....	12
2.1.6 <i>Attitude toward influencer ads</i> .....	13
2.1.7 <i>Perceived usefulness</i> .....	13

2.1.8	<i>Celebrity effect</i> .....	14
2.1.9	<i>Trust</i> .....	15
2.1.10	Penelitian Terdahulu .....	15
2.3	Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III .....		21
METODOLOGI PENELITIAN.....		21
3.1	Karakteristik Penelitian .....	21
3.2	Operational Variabel dan Skala Pengukuran.....	22
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	22
3.2.2	Skala Pengukuran.....	25
3.3	Tahapan Penelitian .....	25
3.4	Populasi dan Sampel .....	27
3.4.1	Populasi.....	27
3.4.2	Sampel.....	27
3.5	Pengumpulan Data .....	28
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas.....	28
3.6.1	Uji Validitas .....	28
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	30
3.7	Teknik Analisis Data .....	31
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	31
3.7.2	Evaluasi Model Dalam SEM-PLS .....	32
3.7.3	Model Pengukuran ( <i>Outer model</i> ) .....	33
3.7.4	Model Struktural ( <i>Inner model</i> ).....	34
3.7.5	Uji Efek Moderasi.....	34
3.7.6	Uji Hipotesis .....	34
BAB IV .....		35

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
4.1 Karakteristik Responden .....	35
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat <i>Influencer Live</i> Shopee .....	36
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang dipromosikan <i>Influencer</i> ...	37
4.2 Hasil Penelitian .....	37
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	37
4.2.2 Hasil Analisis PLS-SEM .....	42
4.2.3 Hasil Uji Efek Moderasi .....	47
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis SEM .....	48
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	48
BAB V .....	52
KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Praktis .....	52
5.2.2 Saran Teoritis .....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	59