

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan Shopee	2
Gambar 1.2 Grafik Sarana <i>Live Shopping</i> yang Sering Digunakan.....	4
Gambar 1.3 Tingkat Penjualan Shopee <i>Live</i>	5
Gambar 1.4 Fenomena <i>Impulse buying</i> pada Shopee <i>Live</i>	6
Gambar 1.4 <i>Scarcity message</i> pada Shopee <i>Live</i>	8
Gambar 1.6 Fenomena <i>Post-purchase dissonance</i> pada Shopee <i>Live</i>	10
Gambar 2.1 Model S-O-R (<i>Stimulus-Organism-Respons</i>)	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	70
Gambar 3.2 Klasifikasi Presentase Dalam Garis Kontinum	75
Gambar 3.3 Diagram Jalur	78
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	90
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	91
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan	93
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Shopee <i>Live</i>	94
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Menonton Shopee <i>Live</i>	95
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menonton Shopee <i>Live</i>	96
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja saat Menonton Shopee <i>Live</i>	97
Gambar 4.10 Garis Kontinum <i>Scarcity message</i>	103
Gambar 4.11 Garis Kontinum <i>Hedonic shopping motivation</i>	110

Gambar 4.12 Garis Kontinum <i>Perceived enjoyment</i>	114
Gambar 4.13 Garis Kontinum <i>Impulse buying</i>	121
Gambar 4.14 Garis Kontinum <i>Post-purchase dissonance</i>	126
Gambar 4.15 Hasil PLS Algorithm Measurement Model.....	127
Gambar 4.16 <i>Inner Model</i>	133