

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	15
2.1.2 <i>Digital marketing</i>	15
2.1.3 <i>Live streaming Marketing</i>	16

2.1.4 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	19
2.1.5 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	20
2.1.6 <i>Structural Equation Modelling</i>	22
2.1.7 Metode <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP).....	23
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.3 Hipotesis Penelitian.....	45
2.4 Variabel Penelitian.....	47
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Operasional Variabel.....	54
3.3 Tahapan Penelitian.....	60
3.3.1 Tahap Identifikasi dan Pendahuluan.....	64
3.3.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	64
3.3.3 Tahap Interpretasi Hasil Pengujian Model	72
3.3.4 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	75
BAB IV	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Hasil Penelitian.....	76
4.1.1 Karakteristik Responden.....	76
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	79
4.2 Hasil Penelitian.....	79
4.2.1 Hasil Pengolahan Data.....	79

4.3 Interpretasi Hasil Pengujian Model.....	90
4.3.1 <i>Live streaming Attitude</i> merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi <i>Live streaming Intention</i>	90
4.3.2 <i>Live streaming Subjective norm</i> merupakan Dimensi Kunci yang mempengaruhi <i>Live streaming Intention</i>	91
4.3.3 <i>Live streaming Perceived behavioral control</i> mempengaruhi <i>Live streaming Intention</i>	91
4.3.4 <i>Live streaming Knowledge</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap <i>Live streaming Intention</i>	91
4.4 Rekomendasi Strategi <i>Live streaming</i> Yang Bisa Digunakan Oleh UMKM Untuk Meningkatkan Pendapatan	92
4.4.1 <i>Attitude Toward the Behavior</i>	93
4.4.2 <i>Subjective norms</i>	96
4.4.3 <i>Perceived behavioral control</i>	100
4.5 Hasil Analisis AHP	101
4.5.1 Penilaian dan Pengolahan Data AHP.....	101
4.5.2 Konsistensi Data Responden.....	102
4.5.3 Hasil Perangkingan AHP	102
4.5.1 Implikasi Teoritis	104
4.5.2 Implikasi Praktis.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
5.3 Keterbatasan Penelitian	108
5.4 <i>Future Research</i>	109
DAFTAR PUSTAKA	110