

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 <i>Research Gap</i>	22
1.3 Perumusan Masalah	29
1.4 Pertanyaan Penelitian	31
1.5 Tujuan Penelitian.....	32
1.6 Manfaat Penelitian	33
1.7 Sistematika Penulisan.....	35
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	37

2.1 Landasan Teori	37
2.1.1 SOR (<i>Stimulus-Organism-Response</i>) Theory.....	37
2.1.2 <i>Consumer Culture Theory (CCT)</i>	41
2.2 Kajian Teori per Variabel	45
2.2.1 <i>Influencer endorsement</i>	45
2.2.2 <i>Live commerce experience</i>	48
2.2.3 <i>Hedonic shopping motivation</i>	51
2.2.4 <i>Perceived enjoyment</i>	53
2.2.5 <i>Fear of missing out (FOMO)</i>	55
2.2.6 <i>Impulsive buying</i>	57
2.3 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	60
2.3.1 Pengaruh <i>Influencer Endorsement</i> terhadap FOMO.....	60
2.3.2 Pengaruh <i>Influencer endorsement</i> terhadap <i>Perceived enjoyment</i>	63
2.3.3 Pengaruh <i>Live Commerce Experience</i> terhadap FOMO	67
2.3.4 Pengaruh <i>Live commerce experience</i> terhadap <i>Perceived enjoyment</i>	70
2.3.5 Pengaruh <i>Hedonic shopping motivation</i> terhadap FOMO.....	74
2.3.6 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Perceived Enjoyment</i>	78
2.3.7 Pengaruh FOMO terhadap <i>Impulsive Buying</i>	81
2.3.8 Pengaruh <i>Perceived enjoyment</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	85
2.4 Kerangka Penelitian	88
BAB III METODE PENELITIAN.....	90

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	90
3.1.1 Variabel Penelitian	90
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	91
3.2 Populasi dan Sampel	95
3.2.1 Populasi	95
3.2.2 Sampel	96
3.3 Jenis dan Sumber Data	97
3.3.1 Jenis Data	97
3.3.2 Sumber Data	98
3.4 Teknik Pengumpulan Data	99
3.4.1 Kuesioner	99
3.4.2 Studi Kepustakaan	100
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	101
3.5.1 Uji Validitas	101
3.5.2 Uji Reliabilitas	103
3.6 Metode Analisis	104
3.6.1 Analisis Deskriptif	105
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian	105
3.6.3 Uji Asumsi SEM	107
3.6.4 Analisis SEM	109
3.6.5 Uji Hipotesis	122
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	124

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	124
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	124
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	125
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	129
4.2 Analisis SEM	148
4.2.1 Penilaian Asumsi yang Digunakan dalam SEM.....	149
4.2.2 <i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i>	154
4.3 Interpretasi Hasil	183
BAB V PENUTUP.....	200
5.1 Simpulan	200
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	200
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	209
5.2 Implikasi Teoritis.....	211
5.3 Implikasi Manajerial	213
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	216
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	218
DAFTAR PUSTAKA.....	220
LAMPIRAN.....	231