

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 TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	17
1.4 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 <i>Social Influential Theory</i>	20
2.1.2 <i>Stimulus – Organism – Response (SOR) Theory</i>	21
2.1.3 Siaran Belanja Langsung (<i>Live Streaming Shopping</i>).....	23
2.1.4 Dukungan Selebriti (<i>Celebrity Endorser</i>)	25
2.1.5 Promosi (<i>Promotion</i>)	27
2.1.6 Ulasan Pelanggan Online (<i>Online Customer Reviews</i>)	28
2.1.7 Daya Tarik Iklan (<i>Advertising Attractiveness</i>)	30
2.1.8 Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	31
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.2.1 Pengaruh Siaran Belanja Langsung Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.2 Pengaruh Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian.....	34

2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.2.4 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.2.5 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3 Penelitian Terdahulu	37
2.4 Kerangka Pemikiran	43
2.5 Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.1.1 Variabel Penelitian.....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1 Data Primer	50
3.3.2 Data Sekunder	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	50
3.5 Metode Analisis Data	51
3.5.1 Uji Validitas.....	52
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	53
3.5.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.5.5 Uji Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.2 Gambaran Umum Responden	60
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.2 Analisis Data	71
4.2.1 Uji Validitas.....	71
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	72

4.2.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda	78
4.2.5 Uji Hipotesis.....	81
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	84
4.3.1 Pengaruh Siaran Belanja Langsung Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.3.2 Pengaruh Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.3.4 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.3.5 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	89
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Implikasi Teoritis.....	92
5.3 Implikasi Manajerial	93
5.4 Keterbatasan Penelitian	97
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN A (KUESIONER PENELITIAN).....	107
LAMPIRAN B (TABULASI DATA).....	115
LAMPIRAN C (HASIL OUTPUT SPSS)	123

FEB UNDIP