

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Teori Konsumsi Islam	24
2.1.3 <i>Stimulus-Organism-Respons</i> (SOR) Model.....	29
2.1.4 Perdagangan Langsung (<i>Live Streaming</i>) <i>Tiktokshop</i>	32
2.1.5 Generasi Z	34
2.1.6 Impulsive Buying.....	36
2.1.7 <i>Impulsive Buying</i> terhadap Perdagangan Langsung (<i>Live Streaming</i>) <i>Tiktokshop</i> dalam Perspektif Ekonomi islam.....	39
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	45
2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	54
2.3.1 Hubungan Interaksi terhadap Persepsi Kenyamanan <i>Live Streaming</i> <i>Tiktokshop</i>	54

2.3.2 Hubungan Voucher Diskon terhadap Persepsi Kenyamanan <i>Live Streaming Tiktokshop</i>	55
2.3.3 Hubungan <i>Flash Sale</i> terhadap Persepsi Kenyamanan <i>Live Streaming Tiktokshop</i>	56
2.3.4 Hubungan Harga Produk terhadap Persepsi Kenyamanan <i>Live Streaming Tiktokshop</i>	56
2.3.5 Hubungan Persepsi Kenyamanan <i>Live Streaming Tiktokshop</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	57
2.4 Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	59
3.1.1 Variabel Penelitian	59
3.1.2 Definisi Operasional.....	60
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.2.1 Populasi	65
3.2.2 Sampel.....	65
3.3 Jenis dan Sumber Data	66
3.3.1 Data Primer	66
3.4 Metode Pengumpulan Data	67
3.5 Metode Analisis data	68
3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	68
3.5.2 Analisis Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)	69
3.5.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	73
3.5.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	77
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	81
4.1.1 Gambaran Umum Objek	81
4.1.2 Gambaran Umum Responden	83
4.1.3 Karakteristik Demografi Responden.....	83
4.1.4 Karakteristik Pengguna <i>Live Streaming Tiktokshop</i>	86
4.2 Analisis Data	88
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	88
4.2.2 Analisis Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) .	90
4.3 Interpretasi Hasil	102

4.3.1 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	102
4.3.2 Pembahasan.....	106
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Keterbatasan.....	117
5.3 Saran.....	118
5.3.1 Saran Bagi Pengguna <i>Live Streaming Tiktokshop</i>	118
5.3.2 Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	127

