

## 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 TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	14
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori S-O-R (Stimulus – Organisme – Response).....	15
2.1.2 <i>Live streaming</i> .....	18
2.1.3 E-commerce.....	19
2.1.4 Potongan Harga.....	20
2.1.5 Kenyamanan.....	21
2.1.6 Interaktivitas.....	22
2.1.7 Keterlibatan.....	24
2.1.8 <i>Perceived enjoyment</i> (Persepsi Kesenangan).....	25

2.1.9 Niat pembelian impulsif.....	26
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran .....	36
BAB III .....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	38
3.1.1 Variabel Penelitian.....	38
3.1.2 Definisi Operasional .....	39
3.2 Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel .....	41
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel .....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	43
3.3.1 Data Primer .....	43
3.3.2 Data Sekunder.....	43
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Metode Kuesioner.....	43
3.5 Metode Analisis Data .....	45
BAB IV .....	47
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	48
4.2 Analisis Data .....	52
4.2.1 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
4.3 Interpretasi Hasil .....	64

4.3.1 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Niat Pembelian Impulsif Saat Terjadinya <i>Live Streaming</i> Pada <i>E-Commerce</i> .....	64
4.3.2 Pengaruh Kenyamanan Terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> Saat Terjadinya <i>Live Streaming</i> Pada <i>E-Commerce</i> .....	65
4.3.3 Pengaruh Interaktivitas Terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> Saat Terjadinya <i>Live Streaming</i> Pada <i>E-Commerce</i> .....	66
4.3.4 Pengaruh Keterlibatan Terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> Saat Terjadinya <i>Live Streaming</i> Pada <i>E-Commerce</i> .....	68
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap Niat pembelian impulsif Saat Terjadinya <i>Live Streaming</i> Pada <i>E-Commerce</i> .....	69
BAB V.....	70
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Implikasi Penelitian.....	72
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	78
5.4 Saran.....	78

**FEB UNDIP**