

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