

## 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 <i>Siaran Belanja Langsung (Live Streaming Shopping)</i> .....	23
2.1.4 <i>Dukungan Selebriti (Celebrity Endorser)</i> .....	25
2.1.5 <i>Promosi (Promotion)</i> .....	27
2.1.6 <i>Ulasan Pelanggan Online (Online Customer Reviews)</i> .....	28
2.1.7 <i>Daya Tarik Iklan (Advertising Attractiveness)</i> .....	30
2.1.8 <i>Keputusan Pembelian (Purchase Decision)</i> .....	31
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.2.1 <i>Pengaruh Siaran Belanja Langsung Terhadap Keputusan Pembelian</i> 32	
2.2.2 <i>Pengaruh Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian</i> .....	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
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
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
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
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