

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	20
1.3.1 Tujuan Penelitian	20
1.3.2 Manfaat Penelitian	21
1.4 Sistematika Penulisan	21
BAB II	23
TELAAH PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	23
2.1.1 Theory of Reasoned Action	23
2.1.2 Customer Online Reviews	25
2.1.3 Customer Trust	27
2.1.4 Purchase Intention	29
2.1.5 Live Streaming	31
2.1.6 Promotion	33
2.1.7 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Hubungan Antar Variabel	41

2.2.1 Hubungan antara <i>Customer Online Reviews</i> dengan <i>Customer Trust</i>	41
2.2.2 Hubungan antara <i>Live Streaming</i> dengan <i>Customer Trust</i>	42
2.2.3 Hubungan antara <i>Promotion</i> dengan <i>Customer Trust</i>	43
2.2.4 Hubungan antara <i>Customer Trust</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	44
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.3 Jenis dan Sumber Data	52
3.3.1 Data Primer	52
3.3.2 Data Sekunder.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data	53
3.4.1 Studi Pustaka	53
3.4.2 Kuesioner	53
3.5 Metode Analisis Data.....	54
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	55
3.5.1.1 Uji Validitas.....	55
3.5.1.1.1 Uji Outer Model.....	55
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.5.1.3 Uji Inner Model.....	57
3.5.1.4 Uji Hipotesis (Boostrapping)	58
BAB IV	61
PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	62
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	64
4.2 Analisis Data	70
4.2.1 Uji Instrumen Data.....	70
4.2.1.1 Uji Validitas.....	70
4.3 Interpretasi Hasil.....	87

BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	104
Lampiran 1	104
Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 2	110
Data Mentah Kuesioner.....	110