

## 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 ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Social Presence Theory</i> (Teori Kehadiran Sosial).....	14
2.1.2 <i>Social Facilitation Theory</i> (Teori Fasilitas Sosial).....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Pengembangan Variabel.....	20
2.3.1 Hubungan <i>Live Streamers Attractive Appearance</i> Dengan <i>Hedonic</i> dan <i>Utilitarian Attitude</i> .....	20
2.3.2 Hubungan <i>Live Streamers Real Time Interactions</i> Dengan <i>Hedonic</i> dan <i>Utilitarian Attitude</i> .....	22
2.3.3 Hubungan <i>Hedonic Attitude</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	24
2.3.4 Hubungan <i>Utilitarian Attitude</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	26
2.3.5 <i>Impulsive Buying</i> .....	28
2.4 Kerangka Penelitian.....	30
BAB III.....	31

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1	Variabel Penelitian.....	31
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3.1	Jenis Data.....	35
3.3.2	Sumber Data.....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1	Kuesioner.....	36
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	37
3.5	Metode Analisis.....	37
3.6	Analisis Univariat.....	38
3.7	Analisis Multivariat.....	38
3.7.1	Pengembangan Model Teoritis.....	39
3.7.2	Membuat Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	40
3.7.3	Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan.....	40
3.7.4	Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural.....	41
3.7.5	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	42
3.7.6	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	46
BAB IV	.....	48
4.1	Gambaran Responden Penelitian.....	48
4.1.1	Deskripsi Umum Responden.....	49
4.2	Hasil Analisis.....	53
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2.2	Analisis Structural Equation Model (SEM).....	66
4.2.3	Analisis Full Model SEM.....	75
4.2.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect.....	86
4.3	Interpretasi Hasil.....	87
4.3.1	Pengaruh <i>Live Streamers Attractive Appearance</i> terhadap <i>Hedonic &amp; Utilitarian Attitude</i> .....	87
4.3.2	Pengaruh <i>Live Streamers Real Time Interactions</i> terhadap <i>Hedonic &amp; Utilitarian Attitude</i> .....	88
4.3.3	Pengaruh <i>Hedonic Attitude</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	89
4.3.4	Pengaruh <i>Utilitarian Attitude</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	90
BAB V	.....	92

5.1	Simpulan.....	92
5.1.1	Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis.....	92
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	93
5.2	Implikasi Teoritis.....	95
5.3	Implikasi Manajerial.....	96
5.4	Keterbatasan.....	98
5.5	Saran Pada Penelitian Mendatang.....	98
	DAFTAR PUSTAKA.....	100
	LAMPIRAN.....	106