

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Motivasi Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Kontribusi Penelitian.....	7
1.8. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	8
1.9. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. <i>Live streaming commerce</i>	10
2.1.2. <i>TikTok Shop</i>	12
2.1.3. <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Framework</i>	14
2.1.4. <i>Visual appeal (S)</i>	17
2.1.5. <i>Platform trust (S)</i>	18
2.1.6. <i>Streamer attractiveness (S)</i>	18
2.1.7. <i>Perceived usability (O)</i>	19

2.1.8. <i>Social presence of live streaming (O)</i>	20
2.1.9. Niat beli pelanggan (R)	20
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Hipotesis Penelitian.....	30
2.4. Kerangka Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Desain Penelitian.....	37
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.3. Instrumen Penelitian	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6. Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Pengujian Measurement Model (Outer Model)	43
3.6.2 Pengujian Structural Model (Inner Model)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Deskripsi Data Penelitian	46
4.2. Hasil Penelitian	47
4.2.1. Pengujian Measurement Model (Outer Model)	47
4.2.2. Pengujian Structural Model (Inner Model)	53
4.3. Pengujian Hipotesis.....	54
4.4. Pembahasan.....	57
4.5. Diskusi Teori.....	62
BAB V SIMPULAN	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Keterbatasan.....	68
5.3. Implikasi/Konsekuensi.....	68
5.4. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 3.2 Kriteria Sampel Penelitian	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.4 Variabel dan Item Pertanyaan	40
Tabel 4.1 Kriteria Responden	46
Tabel 4.2 Nilai Outer Loading	48
Tabel 4.3 Nilai Cross Loading	48
Tabel 4. 4 Nilai AVE	49
Tabel 4.5 Composite Reliability	50
Tabel 4.6 Cronbach Alpha.....	50
Tabel 4.7 Nilai R-Square	53
Tabel 4.8 Hasil Path Coefficient	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna TikTok Indonesia per April 2023 (Statista)	2
Gambar 2.1 Tampilan live streaming TikTok Shop.....	11
Gambar 2.2 Tampilan dashboard TikTok Shop	13
Gambar 2.3 Tampilan showcase produk dan live streaming di TikTok Shop	14
Gambar 2.4 S-O-R framework (Mehrabian & Russell, 1974).....	15
Gambar 2.5 S-O-R framework (Kuhn & Petzer, 2018)	16
Gambar 2.6 S-O-R framework for measuring purchasing intention in live streaming commerce TikTok Shop.....	35
Gambar 4.1 Bagan Hasil Olah Data SmartPLS 4.0	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	78
LAMPIRAN II TABULASI DATA	83
LAMPIRAN III HASIL PENGUJIAN OUTER MODEL.....	88
LAMPIRAN IV HASIL PENGUJIAN INNER MODEL	93