

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis	4
1.1.3 Tinjauan Konsumen	8
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Riset.....	12
1.4 Tujuan Riset.....	13
1.5 Lingkup Riset	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1. Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar	15
2.1.1 Teori Dasar.....	15
2.1.2 Profil Setiap Variabel	17
2.2 Pengaruh Kesesuaian antara Penayang dan Produk pada Ketidakpastian Kualitas Produk	20
2.3 Pengaruh Kesesuaian antara Konten Tayangan Langsung dan Produk pada Ketidakpastian Kualitas Produk	21
2.4 Pengaruh Kesesuaian antara Diri dan Produk pada Ketidakpastian Kualitas Produk	23
2.5 Pengaruh Kesesuaian antara Diri dan Produk pada Ketidakpastian Kesesuaian Produk	24

2.6	Pengaruh Kesesuaian antara Konten Obrolan Langsung dan Produk pada Ketidakpastian Kualitas Produk	26
2.7	Pengaruh Kesesuaian antara Konten Obrolan Langsung dan Produk pada Ketidakpastian Kesesuaian Produk	27
2.8	Pengaruh Ketidakpastian Kualitas Produk pada Ketidakpastian Kesesuaian Produk	29
2.9	Pengaruh Ketidakpastian Kualitas Produk pada Niat Pembelian.....	30
2.10	Pengaruh Ketidakpastian Kesesuaian Produk pada Niat Pembelian.....	32
2.11	Model Riset	33
BAB III METODE Riset		38
3.1	Pendekatan Riset	38
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	39
3.2.1	Kesesuaian antara Penayang dan Produk.....	39
3.2.2	Kesesuaian antara Konten Tayangan Langsung dan Produk	40
3.2.3	Kesesuaian antara Diri dan Produk.....	40
3.2.4	Kesesuaian antara Konten Obrolan Langsung dan Produk.....	41
3.2.5	Ketidakpastian Kualitas Produk.....	41
3.2.6	Ketidakpastian Kesesuaian Produk.....	42
3.2.7	Niat Pembelian.....	43
3.2.8	Pengukuran.....	43
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	44
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.3.2	Populasi	44
3.3.3	Unit Sampel.....	45
3.3.4	Ukuran Sampel.....	46
3.3.5	Daerah Sebaran Kuesioner	47
3.4	Skema Penyebaran Kuesioner	47
3.5	Profil Responden	48
3.6	Objek Riset.....	50
3.7	Metode Pengambilan Data	53
3.8	Instrumen Riset	54

3.9 Metode Analisis Data	54
3.9.1 Metode Analisis SEM-PLS	54
3.9.2 Evaluasi Model Pengukuran	56
3.9.3 Evaluasi Model Struktural.....	58
3.9.4 Model Fit.....	59
3.9.5 Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV ANALISIS DATA	62
4.1 Kualitas Data Penelitian	62
4.1.1 Statistik Deskriptif	62
4.1.2 Matriks Korelasi.....	63
4.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	64
4.2.1 Uji Reliabilitas	64
4.2.2 Uji Validitas Konvergen	65
4.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....	68
4.3 Evaluasi Model Struktural.....	70
4.3.1 R Square (R^2)	70
4.3.2 F Square (f^2)	71
4.4 Model Fit	72
4.5 Pengujian Hipotesis.....	73
4.5.1 Hipotesis Satu (H1)	75
4.5.2 Hipotesis Dua (H2)	77
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3)	80
4.5.4 Hipotesis Empat (H4).....	82
4.5.5 Hipotesis Lima (H5).....	84
4.5.6 Hipotesis Enam (H6).....	86
4.5.7 Hipotesis Tujuh (H7).....	88
4.5.8 Hipotesis Delapan (H8).....	91
4.5.9 Hipotesis Sembilan (H9)	93
4.5 Ringkasan Pengujian Hipotesis	95
BAB V KESIMPULAN	100
5.1 Kesimpulan.....	100

5.2 Implikasi Manajerial	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	108
5.4 Arahan Penelitian Mendatang	109
DAFTAR REFERENSI.....	111