

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis.....	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis.....	5
1.1.3 Tinjauan Konsumen .....	8
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Lingkup Penelitian .....	13
1.5.1 Model Penelitian.....	13
1.5.2 Objek Penelitian.....	13
1.5.3 Lokasi Penelitian.....	13
1.5.4 Waktu Penelitian .....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar .....	15
2.1.1 <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Framework</i> .....	15
2.1.2 <i>Live-Streaming Commerce</i> .....	16
2.1.3 Profesionalisme ( <i>Professionalism</i> ) .....	17
2.1.4 Interaktivitas ( <i>Interactivity</i> ) .....	18
2.1.5 Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ) .....	19
2.1.6 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	19
2.1.7 Niat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ).....	20

2.2 Pengembangan Hipotesis .....	21
2.2.1 Pengaruh Profesionalisme terhadap Kepercayaan.....	21
2.2.2 Pengaruh Profesionalisme terhadap Niat Beli .....	22
2.2.3 Pengaruh Interaktivitas terhadap Kepercayaan.....	23
2.2.4 Pengaruh Interaktivitas terhadap Niat Beli .....	24
2.2.5 Pengaruh Potongan Harga terhadap Kepercayaan.....	25
2.2.6 Pengaruh Potongan Harga terhadap Niat Beli .....	26
2.2.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli .....	27
2.3 Model Penelitian.....	28
<b>BAB III METODE Riset .....</b>	<b>30</b>
3.1 Pendekatan Riset .....	30
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	31
3.2.1 Profesionalisme.....	31
3.2.2 Interaktivitas .....	32
3.2.3 Potongan Harga.....	32
3.2.4 Kepercayaan.....	33
3.2.5 Niat beli.....	34
3.2.6 Pengukuran .....	35
3.3 Desain Pengambilan Sampel .....	36
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel .....	36
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	37
3.3.3 Ukuran Sampel .....	38
3.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner.....	38
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner .....	38
3.5 Profil Responden .....	39
3.6 Objek Riset .....	42
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.8 Instrumen Riset.....	44
3.9 Metode Analisis Data .....	44
3.9.1 Metode Analisis SEM-PLS.....	44
3.9.2 Evaluasi Model Pengukuran .....	46
3.9.3 Evaluasi Model Struktural .....	48

3.9.4 <i>Goodness of Fit</i> .....	49
3.9.5 Pengujian Hipotesis .....	50
BAB IV ANALISIS DATA .....	52
4.1 Kualitas Data Penelitian .....	52
4.1.1 Statistik Deskriptif .....	52
4.1.2 Korelasi Antar Variabel .....	53
4.2 Evaluasi Model Pengukuran .....	54
4.2.1 Uji Reliabilitas .....	54
4.2.2 Uji Validitas Konvergen .....	55
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan .....	57
4.3 Evaluasi Model Struktural .....	59
4.3.1 <i>R-square</i> ( $R^2$ ) .....	59
4.3.2 <i>f-square</i> ( $f^2$ ) .....	59
4.4 Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	60
4.5 Pengujian Hipotesis .....	61
4.5.1 Hipotesis Satu (H1) .....	63
4.5.2 Hipotesis Dua (H2) .....	65
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3) .....	67
4.5.4 Hipotesis Empat (H4) .....	70
4.5.5 Hipotesis Lima (H5) .....	72
4.5.6 Hipotesis Enam (H6) .....	74
4.5.7 Hipotesis Tujuh (H7) .....	77
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis .....	79
BAB V KESIMPULAN .....	83
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Implikasi Manajerial .....	86
5.3 Keterbatasan Riset .....	89
5.4 Arah Riset Mendatang .....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN .....	96