

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Grand Theory TRA dan TPB .....	7
2. Keputusan Pembelian.....	9
3. Strategi <i>Marketing</i> .....	14
4. Live Streaming.....	21
5. Video Endorsement.....	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis .....	34
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. <i>Setting</i> Penelitian .....	39
C. Populasi dan Sampel .....	39
1. Populasi .....	39
2. Sampel .....	40
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	41
1. Desain Variabel.....	41
2. Definisi Operasional Variabel.....	42
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	43

1. Uji Validitas Instrumen .....	43
2. Uji Reliabilitas Instrumen .....	44
F. Teknik Pengumpulan Data .....	44
G. Sumber Data .....	49
1. Data Primer .....	49
2. Data Sekunder .....	49
H. Teknik Analisis Data .....	49
1. Uji Asumsi Klasik .....	49
2. Uji Hipotesis .....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A. Hasil Penelitian .....	53
1. Gambaran Objek Penelitian .....	53
2. Uji Instrumen .....	73
3. Uji Asumsi Klasik .....	76
4. Uji Hipotesis .....	79
B. Pembahasan .....	83
1. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	83
2. Pengaruh <i>Video Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	84
3. Pengaruh <i>Live Streaming</i> dan <i>Video Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	85
BAB V PENUTUP .....	87
A. Simpulan .....	87
B. Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu .....	30
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional Variabel.....	42
<b>Tabel 3. 2</b> Instrumen Kuesioner Penelitian .....	44
<b>Tabel 4. 1</b> Jenis Kelamin Responden .....	55
<b>Tabel 4. 2</b> Usia Responden .....	56
<b>Tabel 4. 3</b> Pekerjaan Responden .....	56
<b>Tabel 4. 4</b> Kecamatan Responden.....	57
<b>Tabel 4. 5</b> Pembelian Live Streaming .....	58
<b>Tabel 4. 6</b> Jawaban Responden Variabel Live Streaming .....	58
<b>Tabel 4. 7</b> Pembelian Video Endorsement.....	62
<b>Tabel 4. 8</b> Jawaban Responden Variabel Video Endorsement .....	62
<b>Tabel 4. 9</b> Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	69
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Variabel Live Streaming.....	73
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Variabel Video Endorsement.....	74
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	75
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	76
<b>Tabel 4. 14</b> Tabel Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	76
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Multikolinieritas .....	78
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	79
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji T-Parsial .....	80
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji F-Simultan.....	82
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 2. 1** Model *Theory of Planned Behavior* (TPB)..... 8  
**Gambar 2. 2** Proses Tahapan Keputusan Pembelian ..... 12  
**Gambar 2. 3** Kerangka Berpikir ..... 34  
**Gambar 4. 1** Logo Tiktok ..... 53  
**Gambar 4. 2** Unduhan Tiktok di *Play Store* ..... 54  
**Gambar 4. 3** Grafik Histogram ..... 77  
**Gambar 4. 4** Grafik Normal P-P Plot ..... 77  
**Gambar 4. 5** Scatterplot ..... 79

