

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	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.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. <i>Experiental Marketing</i>	11
2. <i>Live Streaming</i>	18
3. <i>Brand Image</i>	26
4. Minat Beli	34
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Berpikir.....	43
D. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Jenis dan Pendekatan	47
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	47
C. Populasi dan Sampel	48
D. Identifikasi Variabel.....	50
E. Definisi Operasional	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Uji Instrumen Penelitian	56
H. Uji Asumsi Klasik.....	57
I. Teknik Analisis Data.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Objek Penelitian	62
B. Data Penelitian	65
1. Deskripsi Data Responden	65
2. Deskripsi Data Penelitian.....	68
C. Uji Instrumen Penelitian	75
1. Uji Validitas	75
2. Uji Reliabilitas	76
D. Uji Asumsi Klasik.....	77
E. Teknik Analisis Data.....	83
1. Analisis Regresi Linier Berganda	83
2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	85
3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	86
4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	86
F. Pembahasan.....	87
1. Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap Minat Beli	88
2. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Minat Beli	90
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	92
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Keterbatasan Penelitian.....	95
C. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3. 1 Data Jumlah Populasi	49
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 3. 3 Skala Instrumen	55
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi.....	67
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Experiental Marketing</i>	68
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Live Streaming</i>	70
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .	72
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Responden	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test</i>	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Glesjer	82
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji t	85
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Negara Dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram.....	78
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-Plot	79
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot	82

