

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Kajian Teori.....	13
2.1.1. Teori Uses And Effect.....	13
2.1.2. Strategi Promosi.....	16
2.1.3. Live Streaming.....	18
2.1.4. Shopping Emotion.....	20
2.1.5. Impulse Buying.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Konseptual.....	32
2.4. Keterkaitan Antar Variabel dan Hipotesis.....	33
2.4.1. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap <i>Shopping Emotion</i>	33
2.4.2. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap <i>Impulse Buying</i>	33
2.4.3. Pengaruh Live Streaming Terhadap <i>Shopping Emotion</i>	34
2.4.4. Pengaruh Live Streaming Terhadap <i>Impulse Buying</i>	34

2.4.5.	Pengaruh Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying.....	35
2.4.6.	Pengaruh <i>Shopping Emotion</i> Memediasi Hubungan antara Strategi Promosi dan <i>Impulse Buying</i>	35
2.4.7.	Pengaruh Shopping Emotion dalam Memediasi Live Streaming dengan Impulse Buying	36
2.5.	Model Penelitian	37
BAB III.....		38
METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Objek Penelitian.....	39
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.3.1.	Populasi	39
3.3.2.	Sampel	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5	Definisi Operasional Variabel	42
3.6	Teknik Analisis Data	46
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	47
3.6.2.	Analisis Statistik Inferensial.....	47
3.7	Pengujian Hipotesis	52
BAB IV.....		56
HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1.	Gambaran Objek Penelitian	56
4.2.	Karakteristik Responden.....	57
4.3.	Analisis Deskriptif Variabel.....	60
4.4.	Analisis Inferensial	66
4.4.1	Analisis <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	66
4.4.2	Analisis <i>Inner Model (Structural Model)</i>	72
4.5.	Pengujian Hipotesis	75
4.6.	Pembahasan.....	79
BAB V		85

KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87

