

Daftar Isi

Abstrak	4
Abstract	4
Kata Pengantar	5
Daftar Isi	7
Daftar Gambar	9
Daftar Tabel	10
BAB I Pendahuluan	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Ruang Lingkup Pembahasan.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II Tinjauan Pustaka	22
2.1 Pengertian E-commerce	22
2.2 Pengertian Celebrity Endorsement	24
2.2.1 Karakteristik Celebrity Endorsement	25
2.2.2 Indikator Celebrity Endorsement	26
2.3 Pengertian Live Streaming.....	28
2.3.1 Indikator Live Streaming.....	29
2.4 Pengertian Minat Beli.....	31
2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	32
2.4.2 Indikator Minat Beli	33
2.5 Penelitian Terdahulu	35
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	40
2.7 Kerangka Konseptual.....	42
BAB III Metodologi Penelitian	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Operasionalisasi Variabel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	45
3.3.1 Jenis Penelitian	45
3.3.2 Sumber Penelitian	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Studi Pustaka	46
3.4.2 Penyebaran Kuesioner	46
3.4.3 Skala Pengukuran	47
3.5 Skala Populasi dan Sampel	48
3.6 Metode Analisis Data	49

3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	52
3.6.5 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....	57
4.1 Hasil Pengolahan Data.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.2 Deskripsi Variabel.....	61
4.1.3 Uji Validitas.....	66
4.1.4 Uji Reliabilitas.....	68
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	74
4.2 Pembahasan.....	77
4.3 Implikasi Manajerial.....	79
4.4 Implikasi Teoritis.....	80
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	82
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	83
5.3 Rekomendasi Penelitian Lanjutan.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	89