

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Pertanyaan Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Tujuan Penelitian.....	7
1.7 Manfaat Penelitian.....	7
1.7.1 Aspek Teoritis.....	7
1.7.2 Aspek Praktis	7
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Technology Anxiety	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.3 Perilaku Belanja Online	12
2.1.4 <i>Live Streaming</i>	13
2.1.5 <i>Celebrity Endorsement</i>	14
2.1.6 <i>Promotional Tools</i>	14
2.1.7 <i>Online Reviews</i>	14

2.1.8	Pengaruh Antar Variabel	15
2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
2.3	Kerangka Pemikiran	23
2.4	Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Operasional Variabel	26
3.2.1	Operasional Variabel	26
3.2.2	Skala Pengukuran	28
3.3	Tahapan Penelitian	29
3.4	Populasi dan Sampel	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Sampel	31
3.5	Pengumpulan Data	32
3.5.1	Pengumpulan Data.....	32
3.5.2	Sumber Data	33
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	33
3.6.1	Uji Validitas Konvergen	34
3.6.2	Uji Reabilitas	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Analisis SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	36
3.7.2	Goodness of Fit.....	37
3.7.3	Uji Hipotesis	38
BAB IV		39
4.1	Karakteristik Responden	39
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	41

4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.2.2	Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	43
4.2.3	Uji Moderasi	46
4.3	Pembahasan Penelitian	47
4.3.1	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i>	47
4.3.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i> 47	
4.3.3	Pengaruh <i>Promotional Tools</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i>	47
4.3.4	Pengaruh <i>Online Review</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i>	48
4.3.5	Pengaruh <i>Technology Anxiety</i> dalam Memoderasi <i>Live Streaming</i> , <i>Celebrity Endorsement</i> , <i>Promotional Tools</i> , dan <i>Online Review</i> terhadap <i>Online Shopping Behavior</i>	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		50
5.1	Saran.....	51
5.2	Kesimpulan.....	51
DAFTAR PUSTAKA		53