

DAFTAR ISTILAH

<i>Attitude</i>	Penilaian positif atau negatif individu terhadap perilaku belanja melalui platform <i>live e-commerce</i> .
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Ukuran validitas konvergen yang menunjukkan proporsi varians indikator yang dijelaskan oleh konstruk.
<i>Behavioral Belief</i>	Keyakinan individu mengenai konsekuensi dari suatu perilaku.
<i>Bootstrapping</i>	Metode statistik non-parametrik untuk menguji signifikansi parameter dalam model <i>PLS-SEM</i> .
<i>Chi-Square</i>	Ukuran statistik yang digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model dengan data observasi.
<i>Composite Reliability (CR)</i>	Indikator konsistensi internal konstruk; nilai di atas 0,70 menunjukkan reliabilitas yang baik.
<i>Estimated Model</i>	Model teoritis yang telah diestimasi berdasarkan data sampel.
Frekuensi Belanja	Intensitas konsumen dalam melakukan pembelian dalam periode waktu tertentu.
<i>Google Forms</i>	Platform survei daring yang digunakan untuk menyebarkan dan mengumpulkan kuesioner.
<i>Inner Model</i>	Struktur model yang menggambarkan hubungan antar konstruk laten.
<i>Intention to Live Shopping</i>	Niat atau kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian melalui sesi <i>live shopping</i> .
Invariansi Metrik	Kondisi ketika indikator memiliki faktor <i>loading</i> yang setara di seluruh kelompok.
Invariansi Pengukuran	Konsistensi pengukuran konstruk di berbagai kelompok yang dibandingkan.

Kuesioner	Instrumen pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan yang digunakan dalam penelitian.
<i>Live E-Commerce</i>	Platform perdagangan digital yang memadukan siaran langsung dengan fitur <i>e-commerce</i> .
<i>Live Shopping</i>	Aktivitas belanja secara daring melalui siaran langsung di <i>platform e-commerce</i> .
<i>Measurement Invariance of Composite Models (MICOM) Model Fit</i>	Prosedur untuk menguji kesetaraan pengukuran antar kelompok dalam <i>PLS-SEM</i> . Ukuran sejauh mana model teoritis sesuai dengan data empiris.
<i>Multi-Group Analysis (MGA)</i>	Teknik analisis untuk menguji perbedaan hubungan antar konstruk dalam kelompok yang berbeda.
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	Indeks yang membandingkan model struktural dengan model dasar dalam evaluasi kecocokan model.
Norma Subjektif / <i>Subjective Norm (SN)</i>	Persepsi individu mengenai tekanan sosial dari lingkungan terhadap suatu tindakan.
<i>Online Customer Review</i>	Ulasan dari konsumen terhadap produk atau layanan melalui platform daring.
<i>Online Live Shopping Behavior (OLSB)</i>	Tindakan nyata konsumen saat melakukan pembelian melalui sesi siaran langsung.
<i>Online Live Shopping Experience (OLSE)</i>	Pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan platform <i>live shopping</i> .
<i>Outer Loading</i>	Nilai korelasi antara indikator dan konstruk dalam model pengukuran.
<i>Outer Model</i>	Model yang menjelaskan hubungan antara konstruk laten dan indikatornya.

<i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	Metode statistik berbasis varian untuk menganalisis hubungan antar variabel.
<i>Path Coefficient</i>	Ukuran kekuatan dan arah hubungan antar konstruk dalam model struktural.
<i>P-Value</i>	Probabilitas mendapatkan hasil seperti yang diamati jika hipotesis nol benar.
<i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i>	Persepsi individu mengenai sejauh mana mereka memiliki kendali dalam melakukan suatu tindakan.
<i>Platform Online Live Shopping</i>	Aplikasi atau media digital yang memungkinkan konsumen berbelanja melalui siaran langsung.
<i>Purposive Sampling</i>	Teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.
Responden	Individu yang memberikan jawaban atas kuesioner dalam penelitian.
<i>Saturated Model</i>	Model yang mengasumsikan semua konstruk saling berkorelasi tanpa batasan.
<i>Self-efficacy</i>	Keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau menghadapi hambatan.
<i>Shoppertainment</i>	Kombinasi antara aktivitas belanja dan hiburan dalam sesi <i>live shopping</i> .
Skala Likert	Skala penilaian dari 1–5 yang digunakan untuk mengukur sikap atau persepsi responden.
<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i>	Ukuran kecocokan model berdasarkan selisih antara korelasi observasi dan prediksi.
Statistik Deskriptif	Metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik data secara ringkas.

<i>T-Statistics</i>	Nilai statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi jalur dalam model <i>PLS-SEM</i> .
<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	Teori yang menjelaskan bahwa sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku memengaruhi niat untuk bertindak.
<i>Trust</i>	Kepercayaan konsumen terhadap platform atau penjual dalam konteks transaksi daring.
Uji Hipotesis	Prosedur statistik untuk menguji kebenaran dugaan atau hipotesis penelitian.
Validitas	Derajat ketepatan instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur.
Variabel	Konsep yang dapat diukur dan memiliki variasi nilai dalam penelitian.
<i>Welch-Satterthwaite Test</i>	Uji statistik yang digunakan dalam <i>MGA</i> untuk membandingkan koefisien antar kelompok dengan varians berbeda.