

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	10
2.1.2 <i>Trust</i>	12
2.1.3 <i>Background Visual complexity (BVC)</i>	13
2.1.4 <i>Electronic Word of Mounth (e-WOM)</i>	14
2.1.5 <i>Interaction</i>	15
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1 Kerangka Teori.....	16
2.2.3 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.1.1 Waktu Penelitian	21
3.1.2 Tempat Penelitian.....	21
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.3.1 Populasi.....	22

3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Pengembangan Instrumen	22
3.4.1 <i>Purchase Intention</i>	22
3.4.2 <i>Trust</i>	23
3.4.3 <i>Background Visual Complexity (BVC)</i>	24
3.4.4 <i>E-WOM</i>	25
3.4.5 <i>Interaction</i>	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.2 Uji Kelayakan.....	29
3.6.3 Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Deskripsi Data.....	31
4.1.1 Profil Responden.....	31
4.1.2 Karakteristik Responden	36
4.2 Hasil	46
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.2.2 Uji Kelayakan.....	51
4.2.2 Uji Hipotesis	53
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Pengaruh <i>BVC</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	55
4.3.2 Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap <i>Trust</i>	57
4.3.3 Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Trust</i>	58
4.3.4 Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	60
4.3.5 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	61
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implikasi.....	64
5.2.1 Implikasi Teoritis	64
5.2.2 Implikasi Praktis	66
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70

LAMPIRAN – LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Waktu Penggunaan Media Sosial	3
Gambar 1. 2 <i>S-Commerce</i> Paling Banyak Digunakan	3
Gambar 1. 3 <i>Live Midnight Sale</i> TikTok	4
Gambar 1. 4 Kategori Produk Terlaris	4
Gambar 1. 5 Jumlah <i>Viewers Live Stream</i>	4
Gambar 1. 6 Penduduk Jakarta Berdasarkan Generasi	7
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	19
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	52
Gambar 4. 2 Hasil Uji Kelayakan	52
Gambar 4. 3 Model Penelitian dengan SEM.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Teori Pendukung Model.....	20
Tabel 3. 1 <i>Timeline</i> Penelitian.....	21
Tabel 3. 2 Indikator Pengukur <i>Purchase Intention</i>	23
Tabel 3. 3 Indikator Pengukur <i>Trust</i>	24
Tabel 3. 4 Indikator Pengukur <i>Background Visual Complexity (BVC)</i>	25
Tabel 3. 5 Indikator Pengukur <i>Electronic Word of Mouth (E-Wom)</i>	26
Tabel 3. 6 Indikator Pengukur <i>Interaction</i>	27
Tabel 3. 7 Perbandingan Ukuran GOF.....	30
Tabel 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4. 2 Sebaran Status Pekerjaan Responden	32
Tabel 4. 3 Sebaran Status Pernikahan Responden	33
Tabel 4. 4 Sebaran Status Pernikahan Responden	34
Tabel 4. 5 Sebaran Tingkat Pendapatan Responden	34
Tabel 4. 6 Sebaran Frekuensi Menonton Responden.....	35
Tabel 4. 7 Karakteristik Data <i>Purchase Intention</i>	36
Tabel 4. 8 Karakteristik Data <i>Trust</i>	38
Tabel 4. 9 Karakteristik Data <i>Background Visual Complexity</i>	40
Tabel 4. 10 Karakteristik Data <i>Electronic Word of Mouth</i>	42
Tabel 4. 11 Karakteristik Data <i>Interaction</i>	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kelayakan	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kartu Konsultasi.....	84
Lampiran 2 – Instrumen Penelitian.....	85
Lampiran 3 – Format Saran dan Perbaikan Skripsi	92
Lampiran 4 – Lembar Persetujuan Hasil Perbaikan Setelah Sidang Skripsi	94
Lampiran 5 – Hasil Turnitin.....	95
Lampiran 6 – Tabulasi Data <i>Purchase Intention</i>	96
Lampiran 7 - Tabulasi Data <i>Trust</i>	102
Lampiran 8 – Tabulasi Data <i>Background Visual Complexity</i>	108
Lampiran 9 – Tabulasi Data <i>E-Wom</i>	114
Lampiran 10 – Tabulasi Data <i>Interaction</i>	120