

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	18
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Landasan Teori	20
1. <i>Live Streaming Shopping Attributes (LSSA)</i>	20
2. Teori Motivasi Hedonis	24
3. Teori Motivasi Utilitarian	26
B. Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
D. Teknik Pengumpulan Data	42

E.	Pengembangan Instrumen	42
1.	Definisi Operasional Variabel.....	42
2.	Instrumen Penelitian.....	45
F.	Uji Instrumen Penelitian	51
1.	Uji Validitas	51
2.	Uji Reliabilitas.....	52
G.	Teknik Analisis Data	53
1.	Analisis Tabulasi Sederhana.....	53
2.	Analisis Deskriptif.....	54
3.	Skor Rata-Rata	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
A.	Analisis Deskriptif	57
1.	Profil Responden	57
2.	Uji Instrumen Penelitian.....	61
B.	Analisis Deskripsi LSSA	63
1.	<i>Product Attributes</i>	64
2.	<i>Price and Promotion Attributes</i>	66
3.	<i>Seller Presentation, Seller Interactivity, dan Seller Guidance Attributes</i> 69	
4.	<i>Seller Image, Seller Physical Attractiveness, dan Seller Humor Attributes</i> 72	
C.	Analisis Rata-Rata LSSA.....	75
BAB V PENUTUP.....		77
A.	Kesimpulan <i>Live Streaming Shopping Attributes</i>	77
1.	<i>Price and Promotion Attributes</i>	77
2.	<i>Seller Presentation, Seller Interactivity, dan Seller Guidance Attributes</i> 77	
B.	Implikasi.....	78
1.	Implikasi Teoritis.....	78
2.	Implikasi Praktis.....	78
C.	Keterbatasan Penelitian.....	80
D.	Rekomendasi	81
1.	Bagi Pelaku Usaha.....	81

2. Bagi Penelitian Selanjutnya.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
DAFTAR LAMPIRAN	90
A. Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
1. <i>SCREENING QUESTION</i>	91
2. IDENTITAS RESPONDEN	92
3. KUESIONER PENELITIAN EFEKTIVITAS <i>LIVE STREAMING SHOPPING ATTRIBUTES</i> PADA SHOPEE LIVE (Produk <i>Fashion</i>) :	93
B. Lampiran 2. Hasil Data Tabulasi.....	96
1. Data Tabulasi Dimensi <i>Product Attributes</i>	96
2. Data Tabulasi Dimensi <i>Price and Promotion Attributes</i>	98
3. Data Tabulasi Dimensi <i>Seller Presentation, Seller Interactivity, Seller Guidance Attributes</i>	101
4. Data Tabulasi Dimensi <i>Seller Image, Seller Physical Attractiveness, Seller Humor Attributes</i>	104
C. Lampiran 3. Uji Instrumen Penelitian.....	108
1. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Product Attributes</i>	108
2. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Price and Promotion Attributes</i>	109
3. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Seller Presentation, Seller Interactivity, Seller Guidance Attributes</i>	109
4. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Seller Image, Seller Physical Attractiveness, Seller Humor Attributes</i>	110
HASIL TURNITIN.....	113
RIWAYAT HIDUP.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Suasana Pasar Tanah Abang Ramai Pengunjung Menjelang Bulan Suci Ramadhan Sebelum Terjadi Pandemi Covid-19	2
Gambar 1. 2 Suasana Pasar Tanah Abang Sepi Pengunjung Saat Terjadi Pandemi Covid-19.....	3
Gambar 1. 3 Suasana Pasar Tanah Abang Sepi Pengunjung Akibat Maraknya Belanja <i>Online</i>	3

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Rata-Rata Kunjungan Shopee Live	7
Tabel 1. 2 Hasil Riset Penawaran Menarik <i>Live Shopping</i> Dari Platform Belanja <i>Online</i>	9
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Riset LSSA pada Shopee Live Produk <i>Fashion</i>	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian.....	46
Tabel 3. 2 Bobot Penilaian <i>Likert-type</i>	50
Tabel 3. 3 Bobot Skor Kriteria LSSA	54
Tabel 3. 4 Rentang Skala Kriteria Keputusan LSSA	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden.....	61
Tabel 4. 6 Uji Validitas	62
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Product Attributes</i>	64
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Price and Promotion Attributes</i>	67
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Seller Presentation, Seller Interactivity, dan Seller Guidance Attributes</i>	69
Tabel 4. 11 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Seller Image, Seller Physical Attractiveness, dan Seller Humor Attributes</i>	72
Tabel 4. 12 Skor Rata-rata LSSA	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Hasil Data Tabulasi.....	96
Lampiran 3. Uji Instrumen Penelitian.....	108