

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
<b>A. Konsep dan Teori</b> .....	<b>11</b>
1. <i>Live Streaming</i> .....	11
2. <i>Content Marketing</i> .....	16
3. <i>Affiliate Marketing</i> .....	24
4. Keputusan Pembelian .....	29
<b>A. Kajian penelitian terdahulu</b> .....	<b>36</b>
<b>B. Kerangka Berpikir</b> .....	<b>39</b>
<b>C. Hipotesis</b> .....	<b>42</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
<b>A. Metode dan Pendekatan</b> .....	<b>44</b>
<b>B. Jenis dan Sumber Data</b> .....	<b>44</b>
1. Data Primer.....	44
2. Data Sekunder .....	45

<b>C. Populasi dan Sampel</b> .....	<b>45</b>
1. Populasi .....	45
2. Sampel .....	45
<b>D. Operasional Variabel</b> .....	<b>47</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>51</b>
1. Kuesioner.....	51
2. <i>Library Research</i> .....	52
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>52</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>58</b>
<b>A. Hasil Penelitian</b> .....	<b>58</b>
1. Deskripsi Data .....	58
2. Analisis Deskriptif.....	61
3. Uji Instrumen Data .....	74
4. Uji Asumsi Klasik .....	77
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
6. Uji Hipotesis.....	81
<b>B. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	<b>88</b>
1. Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian .....	88
2. Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
3. Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4. Pengaruh Live Streaming ( $X_1$ ), Content Marketing ( $X_2$ ), dan Affiliate Marketing ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	92
<b>BAB V</b> .....	<b>94</b>
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>94</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>95</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Definisi Operasional, Dimensi, Indikator, dan Skala .....	48
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Kuesioner .....	51
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4. 3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	63
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli .....	64
Tabel 4. 6 Interval Kelas Dalam Deskripsi Hasil Penelitian .....	65
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Live Streaming .....	65
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Content Marketing .....	68
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Affiliate Marketing.....	70
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	72
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif .....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Spearman .....	78
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t) .....	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (uji f) .....	86
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>E-Commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan (2022) .....	4
Gambar 1. 3 Data Survei Pendahuluan Mengenai <i>Live Streaming, Content Marketing, Dan Affiliate Marketing</i> Di Shopee Oleh Gen Z di Desa Ciheulang .....	7
Gambar 2. 1 Kerangka berfikir .....	42
Gambar 4. 1 Logo Shopee .....	61

