

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian.....	15
G. Jadwal Penelitian	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19

A. Konsep dan Teori	19
1. Manajemen.....	19
2. Manajemen Pemasaran.....	23
3. <i>Live Streaming</i>	29
4. Ulasan Produk.....	31
5. Keputusan Pembelian.....	36
B. Kajian Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berpikir	44
D. Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Jenis Penelitian	50
B. Waktu dan Wilayah Penelitian	51
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
D. Data dan Sumber Data.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Variabel Penelitian	59
H. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
1. Profil PT.Shopee Internasional Indonesia.....	69
2. Visi dan Misi Shopee	70

3. Logo Shopee.....	71
B. Analisis Deskriptif Statistik.....	72
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	73
2. Deskripsi Hasil Penelitian	75
3. Uji Instrumen Data	93
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
5. Uji Hipotesis.....	101
6. Koefisien Determinasi	109
C. Pembahasan	111
1. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada <i>E-Commerce</i> Shopee	111
2. Pengaruh Ulasan produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada <i>E-commerce</i> Shopee	114
3. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1) dan Ulasan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada <i>E-commerce</i> Shopee.....	117
BAB V PENUTUP	121
A. Kesimpulan.....	121
B. Keterbatasan Penelitian	122
C. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	130