

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Konsep Dan Teori	15
1. Manajemen	15
2. Manajemen Pemasaran	19

3. <i>Live Streaming</i>	22
4. Potongan Harga	26
5. Keputusan Pembelian	31
B. Kajian Peneliti Terdahulu	39
C. Kerangka Berpikir.....	42
D. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Metode dan Pendekatan	46
1. Metode.....	46
2. Pendekatan.....	47
B. Jenis dan Sumber Data.....	47
1. Jenis Data	47
2. Sumber Data	47
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi	48
2. Sampel.....	49
D. Operasional Variabel.....	51
1. Variabel Penelitian	51
2. Operasionalisasi Variabel.....	51
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
1. Studi Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	54
2. Wawancara (<i>Interview</i>)	54
3. Kuesioner.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
1. Analisis Deskriptif.....	55
2. Uji Instrumen.....	55
3. Analisis Regresi Linear Berganda	57
4. Uji Hipotesis.....	58

5. Koefisien Determinasi	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
1. Logo Perusahaan	63
2. Sejarah Perusahaan.....	63
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Penggunaan <i>E-commerce</i> Shopee.....	68
C. Hasil Analisis Deskriptif	68
1. Tanggapan Responden Mengenai <i>Live Streaming</i> (X1).....	70
2. Tanggapan Responden Mengenai Potongan Harga (X2)	74
3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	77
D. Uji Instrumen	81
1. Uji Validitas	81
2. Uji Reliabilitas.....	84
E. Uji Regresi Linear Berganda.....	87
F. Uji Hipotesis	89
1. Uji Signifikan (Uji t)	89
2. Uji Secara Simultan (Uji f).....	93
G. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	95
H. Pembahasan Hasil Penelitian	97
1. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada <i>E-commerce</i> Shopee di Kecamatan Tempuran.....	97
2. Pengaruh Potongan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada <i>E-commerce</i> Shopee di Kecamatan Tempuran.....	99

3. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada <i>E-commerce</i> Shopee di Kecamatan Tempuran.....	101
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106
1. Bagi Perusahaan	106
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA	cviii
LAMPIRAN.....	cxi

