

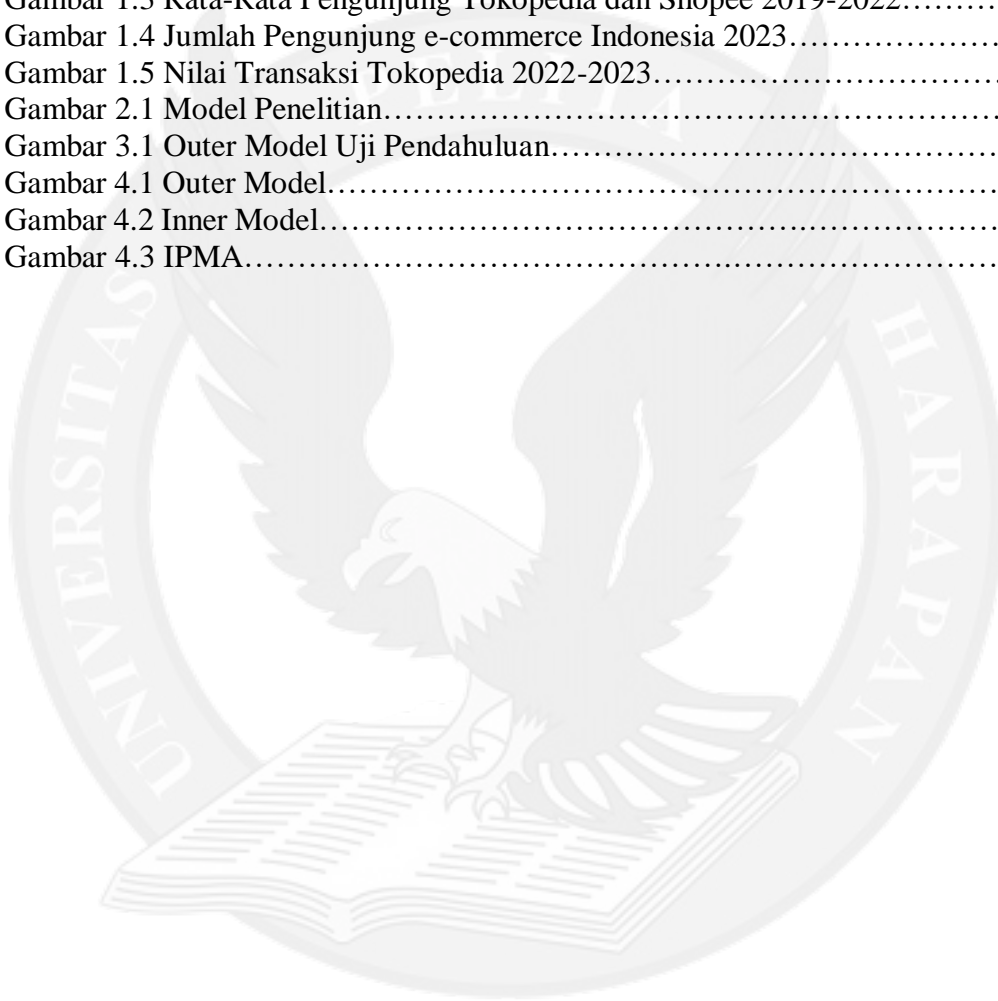
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	12
2.1 Teori Dasar Penelitian .....	12
2.1.1 <i>Social Influence Theory</i> .....	12
2.1.2 <i>Information Processing Theory</i> .....	13
2.1.3 <i>Social Exchange Theory</i> .....	14
2.2 Variabel Penelitian yang Digunakan.....	15
2.2.1 Siaran <i>Streaming</i> Langsung .....	15
2.2.2 Dukungan Selebriti .....	16
2.2.3 Alat Promosi.....	17
2.2.4 Ulasan Online .....	18
2.2.5 Kepercayaan Pelanggan .....	19
2.2.6 Perilaku Belanja <i>Online</i> .....	20
2.3 Hubungan antar Variabel.....	21
2.3.1 Siaran <i>Streaming</i> Langsung dan Kepercayaan.....	21
2.3.2 Dukungan Selebriti dan Kepercayaan .....	22
2.3.3 Alat Promosi dan Kepercayaan .....	23
2.3.4 Ulasan online dan Kepercayaan .....	24
2.3.5 Kepercayaan dan Perilaku Belanja <i>Online</i> .....	26
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
2.4 Model Penelitian .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	32
3.1 Paradigma Penelitian .....	32
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Pengukuran .....	34
3.4 Unit Analisis .....	36
3.5 Desain Sampel dan Jumlah Sampel .....	37
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	38

3.7	Pengembangan Kuesioner .....	39
3.8	Data Analysis .....	40
3.8.1	Statistik Deskriptif .....	40
3.8.2	Statistik Inferensial .....	40
3.8.3	Uji Hipotesis .....	42
3.9	Uji Pendahuluan .....	42
3.9.1	Hasil Uji Validitas Pendahuluan .....	43
3.9.2	Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan .....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		48
4.1	Profil Responden .....	48
4.1.1	Jenis Kelamin .....	48
4.1.2	Usia .....	49
4.1.3	Pekerjaan .....	49
4.1.4	Domisili .....	50
4.1.5	Media Sosial Utama .....	51
4.1.6	Lama Pengalaman Belanja <i>Online</i> di Tokopedia .....	52
4.1.7	Frekuensi Belanja di Tokopedia .....	53
4.1.8	Rata-Rata Pengeluaran untuk Belanja di Tokopedia .....	53
4.2	Uji Aktual .....	54
4.3	Statistik Deskriptif .....	54
4.4	Statistik Inferensial .....	59
4.4.1	<i>Outer Model</i> .....	60
4.4.2	Uji Validitas Konvergen Aktual .....	60
4.4.3	Uji Validitas Diskriminan Aktual .....	62
4.4.4	Uji Reliabilitas Aktual .....	63
4.4.5	<i>Inner Model</i> .....	65
4.4.6	Uji Multikolinearitas .....	65
4.4.7	<i>Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)</i> .....	66
4.4.8	<i>Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)</i> .....	67
4.4.9	<i>f-Square</i> .....	68
4.4.10	Uji Hipotesis .....	70
4.5	IPMA .....	74
4.6	Pembahasan .....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		80
5.1	Kesimpulan .....	80
5.2	Implikasi Teoritis .....	81
5.3	Implikasi Manajerial .....	82
5.4	Keterbatasan .....	87
5.5	Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....		89
LAMPIRAN .....		1

## DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Sepuluh Negara dengan Tingkat Belanja Online Tertinggi.....	2
Gambar 1.2 Nilai Transaksi Kotor PT GoTo.....	5
Gambar 1.3 Rata-Rata Pengunjung Tokopedia dan Shopee 2019-2022.....	6
Gambar 1.4 Jumlah Pengunjung e-commerce Indonesia 2023.....	7
Gambar 1.5 Nilai Transaksi Tokopedia 2022-2023.....	8
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30
Gambar 3.1 Outer Model Uji Pendahuluan.....	44
Gambar 4.1 Outer Model.....	60
Gambar 4.2 Inner Model.....	65
Gambar 4.3 IPMA.....	74



## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	34
Tabel 3.2 Hasil Outer Loading Uji Pendahuluan .....	44
Tabel 3.3 Hasil AVE Uji Pendahuluan .....	45
Tabel 3.4 Hasil Cronbach's Alpha Uji Pendahuluan.....	46
Tabel 3.5 Hasil Composite Reliability Uji Pendahuluan .....	47
Tabel 4.1 Profil Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 4.2 Profil Usia Responden .....	49
Tabel 4.3 Profil Pekerjaan Responden.....	50
Tabel 4.4 Profil Domisili Responden.....	50
Tabel 4.5 Media Sosial Utama yang Digunakan Responden .....	52
Tabel 4.6 Lama Pengalaman Belanja Online di Tokopedia.....	53
Tabel 4.7 Frekuensi Belanja Online di Tokopedia .....	53
Tabel 4.8 Rata-Rata Pengeluaran Belanja Online di Tokopedia .....	54
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Siaran Streaming Langsung .....	55
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Dukungan Selebriti.....	56
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Alat Promosi .....	57
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Ulasan Online.....	57
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	58
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Perilaku Belanja Online .....	58
Tabel 4.15 Outer Loading Uji Aktual .....	61
Tabel 4.16 Nilai AVE Uji Aktual .....	62
Tabel 4.17 Nilai HTMT Uji Aktual .....	63
Tabel 4.18 Nilai Cronbach's Alpha Uji Aktual.....	64
Tabel 4.19 Nilai Composite Reliability Uji Aktual .....	64
Tabel 4.20 Nilai VIF Uji Aktual.....	66
Tabel 4.21 R-Square Uji Aktual .....	67
Tabel 4.22 Q-Square Uji Aktual.....	68
Tabel 4.23 F Square Uji Aktual.....	69
Tabel 4.24 Uji Hipotesis .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	1
Lampiran B Hasil Pretest Smart PLS.....	10
Lampiran C Hasil Uji Aktual SmartPLS 4.....	12

