

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
RINGKESAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	16
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	24
2.2.1 Komunikasi	24
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	27
2.2.3 Media Sosial.....	32
2.2.4 TikTok.....	35
2.2.5 Live Streaming	39
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	40
2.3 Kerangka Teoritis.....	46
2.3.1 Teori AISAS.....	46
2.4 Kerangka Pemikiran.....	48

2.6 Hipotesis.....	50
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1. Objek dan Metodologi Penelitian.....	54
3.1.1 Objek Penelitian	54
3.1.2 Metode Penelitian.....	54
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	56
3.2.1 Variabel Penelitian	56
3.3 Populasi dan Teknik Sampling.....	64
3.3.1 Populasi	64
3.3.2 Sampel.....	65
3.3.3 Teknik Sampling	67
3.4 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	68
3.4.1 Jenis Data	68
3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas Data Dan Realibilitas Data	72
3.5.1 Rancangan Analisis Data	72
3.6 Uji Validitas	73
3.7 Uji Reliabilitas	74
3.9 Uji Hipotesis.....	75
3.9 Lokasi Penelitian.....	79
3.10 Jadwal Penelitian.....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Hasil Penelitian.....	81
4.1.1 Karakteristik Responden	81
4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	83
4.1.3 Analisis Deskriptif	87
4.1.4 Analisis Verifikatif	108
4.1.5 Uji Hipotesis	113
4.2 Pembahasan	119
4.2.1 Pengaruh Indikator <i>Attention</i> (X ₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	121
4.2.2 Pengaruh Indikator <i>Interest</i> (X ₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	123

4.2.3	Pengaruh Indikator <i>Search</i> (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	124
4.2.4	Pengaruh Indikator <i>Action</i> (X_4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	125
4.2.5	Pengaruh Indikator <i>Share</i> (X_5) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	125
4.2.6	Pengaruh <i>Live Streaming Shopping</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	126
5.1	Kesimpulan	128
5.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		131

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	52
Tabel 3. 2 Skala Likert	57
Tabel 3. 3 Jadwal Kegiatan Penelitian	70
Table 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Table 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Table 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Live Streaming Shopping.....	84
Table 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	85
Table 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Live Streaming Shopping	86
Table 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	87
Table 4. 7 Skala Likert.....	88
Table 4. 8 Interval Penafsiran Tanggapan Responden	89
Table 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Attention	90
Table 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Interest	91
Table 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Search.....	93
Table 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Action	95
Table 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Share	96
Table 4. 14 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai.....	98
Table 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan yang Dirasakan.....	100
Table 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Kegiatan Sebelum Membeli.....	102
Table 4. 17 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Setelah Pemakaian	104
Table 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pasca Pembelian.....	106
Table 4. 19 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai.....	107
Table 4. 20 Hasil Regresi Linier Berganda	109
Table 4. 21 Pengujian Signifikan Parsial	113
Table 4. 22 Pengujian Signifikan Simultan	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet 2025	2
Gambar 1. 2 Data Penggunaan Media Sosial 2025	3
Gambar 1. 3 Data Negara Dengan Pengguna Tiktok Terbesar Juli 2025	5
Gambar 1. 4 Pengguna Tiktok Berdasarkan Usia	6
Gambar 1. 5 Akun official Tiktok Skin1004	9
Gambar 2. 1 kerangka Pemikiran	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	135
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian.....	136
Lampiran 3 Coding Book.....	140
Lampiran 4 Hasil Olah Data	162