DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 20
1.2.1 Identifikasi Masalah 20
1.2.2 Rumusan Masalah 20
1.3 Tujuan Penelitian 21
1.4 Manfaat Penelitian 21
1.4.1 Manfaat Teoritis 21
1.4.2 Manfaat Praktis 22
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **23**
2.1 Kajian Pustaka 23
2.1.1 Teori Manajemen 23
2.1.2 Manajemen Pemasaran 27
2.1.3 Live Streaming 44
2.1.4 Harga 47
2.1.5 Keputusan Pembelian 56
2.1.6 Penelitian Terdahulu 60
2.2 Kerangka Pemikiran 62
2.3 Hipotesis Penelitian 65
BAB III METODE PENELITIAN **66**
3.1 Metode Penelitian yang digunakan 66
3.2 Definisi dan Operasional Variabel 67

3.2.1 Definisi Variabel 67
3.2.2 Operasional Variabel 68
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 70
3.3.1 Populasi 70
3.3.2 Sampel 71
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan 73
3.4.1 Sumber Data 73
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 74
3.5 Teknik Analisis Data 74
3.5.1 Anaslisis Deskriptif 75
3.5.2 Anaslisis Verifikatif 76
3.5.2.1 Pengaruh Live Streaming (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 76
3.5.2.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 79
3.5.2.3 Pengaruh Live Streaming (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 82
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian 86
3.6.1 Tempat Penelitian 86
3.6.2 Waktu Penelitian 86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 88
4.1 Hasil Penelitian 88
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 88
4.1.2 Gambaran Umum Al Amin Ciamis 96
4.1.3 Karakteristik Responden 107
4.1.4 Deskripsi Variabel yang Diteliti 111
4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis 150
4.2 Pembahasan 180
4.2.1 Pengaruh Live Streaming (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 180
4.2.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 183
4.2.3 Pengaruh Live Streaming (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 185
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 189

5.1 Kesimpulan 189
5.2 Saran 190
DAFTAR PUSTAKA 192
LAMPIRAN - LAMPIRAN 197

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perbandingan Penjualan Al Amin Skincare 8
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian 11
Tabel 1.3 Hasil Pra Survei *Live Streaming* 14
Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Harga 17
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan 59
Tabel 3.1 Operasional Variabel 69
Tabel 3.2 Data konsumen Al Amin Skincare 71
Tabel 3.3 Bobot, Notasi dan Predikat Positif 76
Tabel 3.4 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi Sederhana 78
Tabel 3.5 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi Sederhana 81
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian 87
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 107
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 108
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 108
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 109
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjan 109
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 110
Tabel 4.7 Pedoman Interpretasi 112
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai *Live Streaming* yang dilakukan Al amin memiliki durasi yang cukup lama 113
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai *Live Streaming* yang dilakukan Al amin di waktu tertentu seperti event dan jam ramai 113
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Jadwal *Live Streaming* yang konsisten membuat saya lebih mudah mengikuti promosi 114
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai *Live Streaming* yang dilakukan Al amin disertai dengan diskon atau potongan harga 115
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Besarnya diskon yang ditawarkan di *live streaming* membuat tertarik untuk membeli produk Al Amin 116

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Saya terdorong untuk membeli produk karena penawaran khusus saat *live streaming* 117

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai *Live Streaming* yang dilakukan Al Amin menjelaskan gambaran produk..... 118

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai *Live Streaming* yang dilakukan Al Amin menjelaskan gambaran produk..... 118

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Penjelasan produk saat *live streaming* membantu saya memahami cara penggunaan produk..... 119

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Penjelasan produk saat *live streaming* membantu saya memahami cara penggunaan produk..... 120

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Tampilan visual produk yang ditunjukkan secara langsung selama live streaming sangat menarik..... 121

Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Tampilan visual produk yang ditunjukkan secara langsung selama live streaming sangat menarik..... 122

Tabel 4.20 Rekapitulasi Variabel Live Streaming 123

Tabel 4.21 Interpretasi Mengenai Live Streaming..... 125

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Harga Al Amin terjangkau 125

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Harga produk Al Amin sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen 126

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Harga produk Al Amin masih dalam jangkauan saya dibandingkan produk lain 127

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Harga Al Amin yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan..... 128

Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas produk Al Amin sebanding dengan harga yang ditetapkan..... 128

Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Saya merasa kualitas produk Al Amin sesuai dengan harga yang dibayarkan 129

Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Harga Al Amin sesuai dengan manfaat 130

Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Manfaat produk Al Amin sebanding dengan harga 131

Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Produk Al Amin memberikan manfaat yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan..... 131

Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Harga Al Amin yang ditawarkan dapat bersaing dengan merek lain 132

Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Harga produk Al Amin tidak jauh berbeda dibandingkan produk sejenis 133
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Saya menilai harga Al Amin kompetitif di pasaran 134
Tabel 4.34 Rekapitulasi Variabel Harga 135
Tabel 4.35 Interpretasi Mengenai Harga 137
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja dan hasil produk Al Amin menimbulkan keyakinan terhadap kualitas merek tersebut 137
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Produk Al Amin memberikan kepercayaan kepada konsumen dalam memilih produk skincare 138
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Mengenai Produk Al Amin menjadi pilihan utama saya dalam perawatan kulit 139
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Produk Al Amin dilakukan secara rutin oleh konsumen 140
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Mengenai Al Amin menjadi merek yang sering dipilih dalam pembelian produk perawatan kulit 141
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Mengenai Saya terbiasa membeli produk Al Amin saat membutuhkan skincare 141
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Mengenai Pengguna yang puas dengan Al Amin cenderung membagikan pengalaman positifnya kepada orang lain 142
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan terhadap produk Al Amin mendorong konsumen untuk memberikan ulasan positif 143
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Mengenai Saya bersedia merekomendasikan produk Al Amin kepada orang lain 144
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Mengenai Al Amin menjadi pilihan berkelanjutan dalam penggunaan skincare 145
Tabel 4.46 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang produk Al Amin 146
Tabel 4.47 Tanggapan Responden Mengenai Saya tidak ragu melakukan pembelian ulang 146
Tabel 4.48 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian 147
Tabel 4.49 Interpretasi Mengenai Keputusan Pembelian 149
Tabel 4.50 Data Variabel *Live Streaming* dan Keputusan Pembelian 150
Tabel 4.51 Data Variabel Harga dan Keputusan Pembelian 159

Tabel 4.52 Data Variabel *Live Streaming* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian 167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Akses Internet 2
Gambar 1.2 Jumlah Pemanfaatan Internet oleh Pelaku Usaha Digital 3
Gambar 1.3 Jumlah Kunjungan Ke 5 Situs E-Commerce 4
Gambar 1.4 Keunggulan Shopee Live 6
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian 65
Gambar 3.1 Bagan Langkah – Langkah Penelitian 67
Gambar 4.1 Logo Shopee 96
Gambar 4.2 Lokasi Al Amin 98
Gambar 4.3 Bagan Struktur Organisasi Al Amin Ciamis 102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Bimbingan Skripsi
Lampiran 2	Surat Pengantar Izin Penelitian
Lampiran 3	Surat Balasan Izin Penelitian
Lampiran 4	Sumber Data Al Amin Skincare
Lampiran 5	Surat Pengantar Angket
Lampiran 6	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Live Streaming*
Lampiran 7	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga
Lampiran 8	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian
Lampiran 9	Hasil Olahan Data SPSS
Lampiran 10	T Tabel