**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vii**

**DAFTAR GAMBAR viii**

**ABSTRAK ix**

**BAB I PENDAHULUAN**

 1.1 Latar Belakang Masalah 1

 1.2 Identifikasi Masalah 9

 1.3 Batasan Masalah 9

 1.4 Rumusan Masalah 10

 1.5 Tujuan Penelitian 10

 1.6 Manfaat Penelitian 11

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

 2.1 Keputusan Pembelian 13

 2.1.1 PengertianKeputusan Pembelian 13

 2.1.2 Proses Keputusan Pembelian 14

 2.1.3 Karakteristik Keputusan Pembelian 16

 2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian17

 2.2 *Live Streaming Selling* 18

 2.2.1 Pengertian *Live Streaming Selling* 18

 2.2.2 Karakteristik *Live Streaming Selling* 20

 2.2.3 Indikator *Live Streaming Selling* 21

2.3 *Customer Review* 22

 2.3.1 Pengertian *Customer Review* 22

 2.3.2 Syarat *Customer Review* 23

 2.3.3 Indikator *Customer Review* 25

2.4 *Rating* 26

 2.4.1 Pengertian *Rating* 26

 2.4.2 Manfaat *Rating* 28

 2.4.3 Indikator *Rating* 28

 2.5 Penelitian Terdahulu 30

 2.6 Kerangka Konsep 32

 2.7 Hipotesis 33

**BAB III METODE PENELITIAN**

 3.1 Jenis Penelitian 35

3.2 Populasi dan Sampel 35

3.2.1 Populasi 35

3.2.2 Sampel 35

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 36

 3.3.1 Lokasi Penelitian 36

 3.3.2 Waktu Penelitian 36

 3.4 Variabel Dan Indikator 36

 3.3.1 Variabel 36

 3.3.2 Indikator 37

 3.5 Jenis Dan Sumber Data 39

 3.6 Teknik Pengumpulan Data 39

 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 40

 3.8 Uji Asumsi Klasik 50

 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda 51

 3.10 Uji Hipotesis 51

 3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda 51

 3.8.2 Uji t (Partial) 51

 3.8.3 Uji F (Simultan) 51

 3.8.4 Koefisien Determinasi 51

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

 4.1 Gambaran Umum Shopee 53

 4.2.1 Sejarah Shopee 53

 4.2.2 Visi Dan Misi Shopee 54

 4.2 Gambaran Umum Medan Amplas 54

 4.2.1 Sejarah Medan Amplas 54

 4.2.2 Visi Dan Misi Medan Amplas 55

4.3 Struktur Organisasi Tanjung Morawa 57

4.4 Uraian Tugas Dan Fungsi 58

4.5 Hasil Penelitian 66

 4.5.1 Deskripsi Karakteristik Responden 66

 4.5.2 Deskripsi Jawaban Responden 67

4.6 Uji Asumsi Klasik 78

 4.6.1 Uji Normalitas 78

 4.6.2 Uji Multikoloniearitas 80

 4.6.3 Uji Heteroskedastisitas 81

4.7 Analisis Linier Regresi Berganda 82

4.8 Uji t (Partial) 84

4.9 Uji F (Simultan) 85

4.10 Koefisien Determinasi 86

4.11 Pembahasan 87

 4.11.1 Pengaruh *Live Streaming Selling* Terhadap

 Keputusan Pembelian 87

 4.11.2 Pengaruh *Customer Review* Terhadap

 Keputusan Pembelian 87

 4.11.3 Pengaruh *Rating* Terhadap

 Keputusan Pembelian 88

 4.11.4 Pengaruh *Live Streaming Selling, Customer Review* Dan

 *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian 89

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan 91

5.2 Saran 91

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Peringkat *Market Place* Online Di Indonesia 3

Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel Keputusan Pembelian 5

Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel *Live Streaming Selling* 5

Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel *Customer Review* 6

Tabel 1.5 Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel *Rating* 8

Tabel 2.1 Peneltian Terdahulu 30

Tabel 3.1 Variabel Penelitian 37

Tabel 3.2 Indikator Penelitian 37

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 42

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas 49

Tabel 4.1 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66

Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan 67

Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 67

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel *Live Streaming Selling* 68

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel *Customer Review* 70

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel *Rating* 73

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian 76

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas 79

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas 81

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 83

Tabel 4.11 Hasil Uji t Parsial 84

Tabel 4.12 Hasil Uji F Simultan 85

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi 86

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Faktor Mendorong Keputusan Pembelian 7

Gambar 2.1 Kerangka Konsep 33

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 58

Gambar 4.2 Grafik Histogram 79

Gambar 4.3 P-P Plot 80

Gambar 4.4 Grafik Scatterplot 82