

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Avoskin Beauty	1
1.1.2 Logo Produk Avoskin.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Avoskin	2
1.1.4 Produk Avoskin	3
1.1.5 Profil Tiktok Shop.....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	32
1.4 Tujuan Penelitian.....	33
1.5 Manfaat Penelitian	33
1.5.1 Aspek Teoritis	33
1.5.2 Aspek Praktis	34
1.6 Sistematika Penulisan	34
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	36

2.1	Teori Penelitian Terdahulu	36
2.1.1	Pemasaran	36
2.1.2	Pemasaran Digital	37
2.1.3	Pemasaran Media Sosial	37
2.1.4	<i>Information Adoption Model (IAM)</i>	38
2.1.5	<i>Information Quality</i>	39
2.1.6	<i>Information Quantity</i>	40
2.1.7	<i>Information Credibility</i>	41
2.1.8	<i>Information Usefulness</i>	41
2.1.9	<i>Information Adoption</i>	42
2.1.10	<i>Purchase Intention</i>	43
2.2	Penelitian Terdahulu.....	43
2.3	Kerangka Pemikiran.....	64
2.4	Hubungan Antar Variabel	65
2.4.1	Hubungan <i>Information Quality</i> Terhadap <i>Information Usefulness</i> ...	65
2.4.2	Hubungan <i>Information Quantity</i> Terhadap <i>Information Usefulness</i> .	66
2.4.3	Hubungan <i>Information Credibility</i> Terhadap <i>Information Usefulness</i>	67
2.4.4	Hubungan <i>Information Usefulness</i> Terhadap <i>Information Adoption</i>	68
2.4.5	Hubungan <i>Information Adoption</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	69
2.5	Hipotesis Penelitian.....	69
2.6	Batasan Penelitian	70
BAB III METODE PENELITIAN		72
3.1	Jenis Penelitian.....	72
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	74
3.2.1	Operasional Variabel.....	74

3.2.2 Skala Pengukuran	77
3.3 Tahapan Penelitian	78
3.4 Populasi dan Sampel	79
3.4.1 Populasi.....	79
3.4.2 Sampel	80
3.5 Teknik Pengumpulan Data	83
3.5.1 Data Primer	84
3.5.2 Data Sekunder.....	84
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	84
3.6.1 Uji Validitas	84
3.6.2 Uji Reliabilitas	87
3.6.3 Analisis Deskriptif	89
3.6.4 <i>Assumption Testing</i>	91
3.6.5 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	92
3.6.5 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	93
3.6.6 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	93
3.6.7 Pengukuran Struktur Model (<i>Inner Model</i>)	95
3.7 Uji Hipotesis	98
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	99
4.1 Pengumpulan Data	99
4.2 Karakteristik Responden	99
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	100
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pernah Menjumpai Konten Avoskin Beauty di TikTok	100
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	101

4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	103
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	104
4.3	Hasil Penelitian	104
4.3.1	Analisis Deskriptif	104
4.3.2	Hasil <i>Data Screening</i> dan <i>Data Cleaning</i>	129
4.3.3	Hasil Analisis Data	136
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	147
4.4.1	Pembahasan Karakteristik Responden	147
4.4.2	Analisis Pembahasan Uji <i>Outer Model</i>	148
4.4.3	Analisis Pembahasan Uji <i>Inner Model</i>	149
BAB V PENUTUP		156
5.1	Kesimpulan	156
5.2	Saran.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....		163
LAMPIRAN.....		171