

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Avoskin Beauty	3
Tabel 1. 2 Data Masyarakat Indonesia Sering Membeli Produk Kecantikan	8
Tabel 1. 3 Perbandingan Jumlah Followers TikTok pada Brand Popular 2024	14
Tabel 1. 4 Data Postingan Media Sosial TikTok Avoskin Beauty Bulan Oktober 2024 – November 2024.....	15
Tabel 1. 5 Penilaian Positif dan Negatif Produk Serum pada Media Sosial TikTok Shop Avoskin Beauty	17
Tabel 1. 6 Komentar Pelanggan Mengenai Produk Avoskin Beauty di TikTok....	21
Tabel 1. 7 Produk Avoskin Beauty Penjualan Terendah Di Tiktok Shop.....	24
Tabel 1. 8 Pra Survei Variabel <i>Purchase Intention</i>	25
Tabel 1. 9 Pra Survei Variabel <i>Information Quality</i>	26
Tabel 1. 10 Pra Survei Variabel <i>Information Quantity</i>	27
Tabel 1. 11 Pra Survei Variabel <i>Information Credibility</i>	28
Tabel 1. 12 Pra Survei Variabel <i>Information Usefulness</i>	28
Tabel 1. 13 Pra Survei Variabel <i>Information Adoption</i>	29
Tabel 2. 1 Skripsi Terdahulu.....	43
Tabel 2. 2 Jurnal Nasional	51
Tabel 2. 3 Jurnal Internasional	57
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	72
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	75
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran.....	77
Tabel 3. 4 Jenis Parameter G-Power	82
Tabel 3. 5 Uji Validitas Pada Variabel <i>Information Quality</i>	85
Tabel 3. 6 Uji Validitas Pada Variabel <i>Information Quantity</i>	86
Tabel 3. 7 Uji Validitas Pada Variabel <i>Information Credibility</i>	86
Tabel 3. 8 Uji Validitas Pada Variabel <i>Information Usefulness</i>	86
Tabel 3. 9 Uji Validitas Pada Variabel <i>Information Adoption</i>	87
Tabel 3. 10 Uji Validitas Pada Variabel <i>Purchase Intention</i>	87
Tabel 3. 11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Quality</i>	88

Tabel 3. 12 Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Quantity</i>	88
Tabel 3. 13 Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Credibility</i>	89
Tabel 3. 14 Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Usefulness</i>	89
Tabel 3. 15 Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Adoption</i>	89
Tabel 3. 16 Uji Reliabilitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	89
Tabel 3. 17 Klasifikasi Interpretasi Skor	90
Tabel 3. 18 Garis Kontinum	91
Tabel 3. 19 <i>Evaluation Threshold</i> pada <i>Measurement Model</i>	97
Tabel 3. 20 Hipotesis Penelitian.....	98
Tabel 4. 1 Klasifikasi Kuisisioner Penelitian.....	99
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Information Quality</i>	105
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Information Quantity</i>	110
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Information Credibility</i> ...	114
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Information Quantity</i>	118
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Information Adoption</i>	121
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Purchase Intention</i>	125
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	135
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	138
Tabel 4. 10 Nilai <i>Outer Loading</i>	138
Tabel 4. 11 Hasil <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading Factor</i>)	140
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas.....	141
Tabel 4. 13 Nilai <i>F Square</i>	143
Tabel 4. 14 Nilai <i>F Square</i>	143
Tabel 4. 15 Nilai <i>Q Square</i>	144
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis.....	145