

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Scarlett Whitening	17
Gambar 1.2 Produk Face Wash	18
Gambar 1.3 Produk Toner	18
Gambar 1.4 Produk Facial Cream	19
Gambar 1.5 Produk Serum	19
Gambar 1.6 Presentase Media Sosial Paling Aktif di Indonesia	21
Gambar 1.7 Negara dengan Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia	22
Gambar 1.8 Top 10 Brand Lokal Skincare terlaris di E-Commerce	24
Gambar 1.9 Tampilan Produk Scarlett Whitening di TikTok	25
Gambar 2.1 <i>Information Adoption Model</i> oleh Sussman dan Siegal	33
Gambar 2.2 <i>Information Acceptance Model</i>	34
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	54
Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian Kuantitatif	62
Gambar 3.2 Presentase Dalam Garis Kontinum	70
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan	78
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi penggunaan aplikasi tiktok	79
Gambar 4.6 Garis kontinum Perceived Informativeness	82
Gambar 4.7 Garis kontinum Perceived Persuassiveness	84
Gambar 4.8 Garis kontinum Source Expertise	86
Gambar 4.9 Garis kontinum Source Trustworthiness	87
Gambar 4.10 Garis kontinum Electronic Word of Mouth Usefulness	89
Gambar 4.11 Garis kontinum Electronic Word of Mouth Credibility	90
Gambar 4.12 Garis kontinum Electronic Word of Mouth Adoption	92
Gambar 4.13 Garis kontinum Purchase Intention	93
Gambar 4.14 Pengujian Validitas berdasarkan Loading Faktor	95