

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	6
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Rangkuman Teori .....	7
2.1.1 <i>Two Step Flow Theory</i> .....	7
2.1.2 <i>Impulsive Buying</i> .....	8
2.1.3 Media Sosial .....	10
2.1.4 <i>Social Media Content Marketing</i> .....	12
2.1.5 TikTok .....	14

<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.1 Jurnal Nasional.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.2 Jurnal Internasional.....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2.1 Operasional Variabel .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2.2 Skala Pengukuran .....</b>	<b>28</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>28</b>
<b>3.3.1 Populasi .....</b>	<b>28</b>
<b>3.3.2 Sampel .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4 Teknik Pengambilan Data.....</b>	<b>30</b>
<b>3.4.1 Kuesioner .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5.1 Uji Validitas .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>32</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>33</b>
<b>3.6.1 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>33</b>
<b>3.6.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI).....</b>	<b>35</b>
<b>3.6.3 Uji Korelasi .....</b>	<b>36</b>
<b>3.6.4 Uji Regresi Linear Sederhana .....</b>	<b>37</b>
<b>3.6.5 Uji Normalitas.....</b>	<b>37</b>
<b>3.6.6 Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>37</b>
<b>3.6.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>38</b>

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>39</b>
4.1.1 Profil <i>Brand</i> Somethinc.....	39
4.1.2 Akun TikTok @somethincofficial.....	40
<b>4.2 Karakteristik Responden.....</b>	<b>41</b>
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	41
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	42
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Familiaritas Konten TikTok.....	43
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi <i>Brand</i> .....	43
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Nominal Uang Saku.....	44
4.2.6 Karakteristik Responsen Berdasarkan Asal Universitas.....	45
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan Pengetahuan Mengenai <i>Brand</i> Somethinc.....	47
<b>4.3 Hasil Penelitian.....</b>	<b>48</b>
4.3.1 Analisis Deskriptif Hasil Pengujian Variabel X “Pengaruh Konten TikTok”.....	48
4.3.2 Analisis Deskriptif Hasil Pengujian Variabel Y “Perilaku <i>Impulsive Buying</i> ”.....	53
4.3.3 Analisis <i>Method of Succesive Interval</i> .....	58
4.3.4 Uji Korelasi.....	59
4.3.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	59
4.3.6 Uji Normalitas.....	60
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi.....	61
4.3.8 Uji Hipotesis.....	61
<b>4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>62</b>
4.4.1 Pengaruh Konten TikTok @somethincofficial Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i> Mahasiswi di Jabodetabek.....	62
4.4.1.1 Variabel Pengaruh Konten TikTok @somethincofficial.....	62
4.4.1.2 Variabel Perilaku <i>Impulsive Buying</i> Mahasiswi di Jabodetabek.....	63

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>65</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>65</b>
<b>5.2.1 Saran Teoritis .....</b>	<b>65</b>
<b>5.2.1 Saran Praktis .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>