

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan <i>Followers</i> Produk <i>Skincare</i> Lokal di TikTok	9
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	50
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	54
Tabel 3. 3 Instrumen Skala <i>Likert</i>	60
Tabel 3. 4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Quality</i>	66
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Quantity</i>	67
Tabel 3. 6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Credibility</i>	67
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Task-Fit</i>	67
Tabel 3. 8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Needs of Information</i>	67
Tabel 3. 9 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attitude towards Information</i>	67
Tabel 3. 10 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Usefulness</i>	67
Tabel 3. 11 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Adoption</i>	68
Tabel 3. 12 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	68
Tabel 3. 13 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	69
Tabel 3. 14 Kriteria Interpretasi Skor	71
Tabel 3. 15 Ringkasan Rule of Thumb pada Evaluasi <i>Outer Model</i>	76
Tabel 3. 16 Ringkasan Rule of Thumb pada Evaluasi <i>Inner Model</i>	77
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	82
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pulau Domisili	82
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Penggunaan TikTok	83
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan TikTok sebagai Sumber Utama dalam Mencari Produk <i>Skincare</i> Lokal	83
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Quality</i>	84
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Quantity</i>	86
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Credibility</i> ..	88
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Task-Fit</i>	90
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Needs of Information</i>	92
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Attitude towards Information</i>	94
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Usefulness</i> ..	97
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Information Adoption</i>	99
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	100
Tabel 4. 17 Nilai <i>Loading Factor</i>	104
Tabel 4. 18 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	105
Tabel 4. 19 Nilai <i>Cross Loading</i>	106
Tabel 4. 20 Nilai Fornell-Larcker Criterion	106
Tabel 4. 21 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	107
Tabel 4. 22 Nilai <i>R-Square</i>	109
Tabel 4. 23 Nilai <i>Q-Square</i>	110
Tabel 4. 24 Nilai <i>f-Square</i>	110
Tabel 4. 25 Nilai <i>Goodness of Fit</i>	111
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis	112