

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i></b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>36</b>

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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>72</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>99</b>
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
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>156</b>
5.1	Kesimpulan .....	156
5.2	Saran.....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>163</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>171</b>