

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dimensi Fear missing out Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Dimensi Influencer Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2. 3 Dimensi Intention to Buy Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. 4 Hubungan FOMO dengan E-purchase decision.....	21
Tabel 2. 5 Hubungan FOMO dengan Intention to Buy	23
Tabel 2. 6 Hubungan Influencer dengan E-purchase decision	24
Tabel 2. 7 Hubungan Influencer dengan Intention To Buy	26
Tabel 2. 8 Hubungan Intention to Buy dengan E-purchase decision	27
Tabel 2. 9 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian.....	34
Tabel 3. 2 Daftar Operasional Variabel	35
Tabel 3. 3 Parameter Likert.....	42
Tabel 3. 4 Ketentuan Parameter Koefisien Cronbach Alpha.....	44
Tabel 3. 5 Kriteria Interpretasi Skor.....	46
Tabel 3. 6 Penyajian Interpretasi Data	47
Tabel 3. 7 Ketentuan Cronbach's Alpha	49
Tabel 3. 8 Ketentuan Nilai Composite Reliability	50
Tabel 3. 9 Kriteria Analisis Discriminant Validity	51
Tabel 4. 1 Responden Pengguna Skincare Elformula.....	54
Tabel 4. 2 Responden Pengguna Tiktok Shop.....	54
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 4 Korelasi Person	56
Tabel 4. 5 Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Pada Variabel FOMO	59
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel Influencer	61
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel E-purchase decision	64
Tabel 4. 9 Tanggapan responden Variabel Intention To Buy.....	67
Tabel 4. 10 Nilai Convergent Validity.....	70
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	72
Tabel 4. 13 Fornell-Larcker Criterion	73
Tabel 4. 14 Nilai Path Coefficien	74

Tabel 4. 15 Uji Nilai t dan p Secara Langsung	74
Tabel 4. 16 Uji Nilai t dan p Secara Tidak Langsung	75