

DAFTAR ISI

HALAMAN

PENGESAHAN.....**Error!**

Bookmark not defined.

HALAMAN

PERNYATAAN.....**Error!**

Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR.....iii

ABSTRAK.....iv

ABSTRACT.....v

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR TABEL.....ix

DAFTAR GAMBAR.....x

BAB I

PENDAHULUAN.....11

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian11

 1.1.1 TikTok Shop.....11

 1.1.2 Mykonos.....12

1.2 Latar Belakang.....14

1.3 Perumusan Masalah20

1.4 Tujuan Penelitian21

1.5 Manfaat Penelitian22

 1.5.1 Manfaat Teoritis.....23

 1.5.2 Manfaat Praktis.....23

 1.5.3 Manfaat Kebijakan23

 1.5.4 Manfaat Akademis.....23

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....23

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....25

2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	25
2.1.1 Manajemen Pemasaran	25
2.1.2 Hedonic.....	26
2.1.3 Utilitarian.....	27
2.1.4 Media Sosial	28
2.1.5 E-Commerce	28
2.1.6 TikTok	29
2.1.7 Purchase Intention.....	30
2.1.8 Pleasure Arousal Dominance	31
2.1.9 Flow Experience	31
2.2 Kerangka Penelitian.....	37
2.3 Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Operasionalisasi Variabel	41
3.2.1 Variabel Independent.....	41
3.2.2 Variabel Dependent	42
3.2.3 Skala Pengukuran	45
3.3 Tahapan Penelitian	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Sampel	48
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	50
3.5.1 Sumber Data Primer	50
3.5.2 Sumber Data Sekunder	50
3.6 Uji Validitas dan Rehabilitas.....	50

3.6.1 Uji Validitas.....	50
3.6.2 Uji Rehabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 Partial Least Squares Structural Equation Modelling (SEM-PLS).....	53
3.7.2 Measurement Model (Outer Model).....	55
3.7.3 Structural Model (Inner Model).....	56
3.8 Tes Hipotesis	57
LAMPIRAN.....	73