

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>MOTTO</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Perumusan Masalah</b> .....	9
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
<b>A. Landasan Teori</b> .....	13
1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	13
2. <b>Niat Pembelian</b> .....	14
3. <i>Information Adoption Model (IAM)</i> .....	18
4. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> .....	20
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	29
<b>C. Hubungan Antar Variabel</b> .....	31
1. <b>Hubungan Kegunaan eWOM dengan Niat Pembelian</b> .....	31

2. Hubungan Kredibilitas <i>eWOM</i> dengan Niat Pembelian .....	31
3. Hubungan Adopsi <i>Platform eWOM</i> dengan Niat Pembelian .....	32
4. Hubungan Kegunaan <i>eWOM</i> dengan Niat Pembelian dengan Adopsi <i>Platform eWOM</i> Sebagai Variabel Mediasi .....	33
5. Hubungan Kredibilitas <i>eWOM</i> dengan Niat Pembelian dengan Adopsi <i>Platform eWOM</i> Sebagai Variabel Mediasi .....	34
D. Kerangka Konseptual .....	35
E. Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Rancangan Penelitian .....	37
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	38
C. Populasi .....	38
D. Sampel dan Teknik Sampling .....	39
E. Jenis Data Penelitian .....	41
F. Prosedur Pengambilan Data .....	42
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	42
H. Definisi Operasional Variabel .....	43
I. Skala Pengukuran Variabel .....	44
J. Uji Instrumen .....	47
K. Teknik Analisis Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	588
B. Analisis Deskriptif .....	58
C. Analisis Kuantitatif .....	677
D. Hasil Uji Hipotesis .....	699
E. Pembahasan .....	74

<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN</b> .....	80
<b>A. SIMPULAN</b> .....	80
<b>B. KETERBATASAN</b> .....	81
<b>C. SARAN</b> .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	86
<b>LAMPIRAN</b> .....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	44
Tabel 3.3 Skor Skala <i>Likert</i> .....	45
Tabel 3.4 Kategorisasi Variabel .....	46
Tabel 3.5 <i>Outer Loading</i> .....	49
Tabel 3.6 <i>Cross Loading</i> .....	50
Tabel 3.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	52
Tabel 3.8 <i>Composite Reliability</i> .....	52
Tabel 3.9 <i>Cronbach Alpha</i> .....	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4.2 Usia Responden .....	59
Tabel 4.3 Uang Saku Responden.....	60
Tabel 4.4 Lama Penggunaan TikTok Responden.....	61
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel.....	62
Tabel 4.6 Kegunaan <i>eWOM</i> Responden di Sleman.....	63
Tabel 4.7 Kredibilitas <i>eWOM</i> Responden di Sleman.....	64
Tabel 4.8 Adopsi <i>Platform eWOM</i> Responden di Sleman.....	65
Tabel 4.9 Niat Pembelian Responden di Sleman.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Inner Model</i> Struktural.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung).....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung).....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global (kuartal I 2020 - kuartal 1 2022).....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 3.1 Hasil Uji <i>Algorithm</i> .....	48
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner.....	89
Lampiran II Rekapitulasi Data Responden .....	94
Lampiran III Rekapitulasi Jawaban Responden.....	99
Lampiran IV Hasil Olah Data <i>Partial Least Square</i> .....	112