

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Hubungan Antar Variabel	30
D. Kerangka Konseptual	34
E. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian	36
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	37
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian	39
E. Teknik Pengambilan Data	39
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	40
G. Definisi Operasional Variabel	41
H. Skala Pengurukan Variabel	42
I. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Analisis Deskriptif.....	57
B. Hasil Uji Hipotesis	65
C. Pembahasan	69

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	79
A.	Kesimpulan.....	79
B.	Saran	82
C.	Keterbatasan Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Skintific 2024	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Hasil Algoritma 100 Responden.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	41
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Variabel	43
Tabel 3.4 <i>Outer Loading live Streaming Tiktok</i>	45
Tabel 3.5 <i>Outer Loading Influencer Marketing</i>	46
Tabel 3.6 <i>Outer Loading Brand Awareness</i>	46
Tabel 3.7 <i>Outer Loading Buying Decesion</i>	47
Tabel 3.8 <i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>	49
Tabel 3.9 <i>Fornell-Lacker criterion</i>	50
Tabel 3.10 Average Variance Extracted (AVE)	51
Tabel 3.11 Output Uji Reliabilitas	52
Tabel 3.12 <i>R Square</i>	54
Tabel 3.13 <i>Q Square</i>	55
Tabel 4.1 Umur Responden	56
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3 Pendidikan	57
Tabel 4.4 Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Pendapatan	59
Tabel 4.6 Pengguna TikTok	60
Tabel 4.7 Kategori Variabel	60
Tabel 4.8 Penilaian <i>live streaming</i> TikTok	61
Tabel 4.9 Penilaian <i>influencer marketing</i>	61
Tabel 4.10 Penilaian <i>brand awareness</i>	62
Tabel 4.11 Penilaian <i>buying decision</i>	63
Tabel 4.12 Hasil <i>Path Coefficient</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Pengujian SmartPLS 4.0	92
Lampiran 2. Deskripsi Jawaban Responden	95