

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Batasan Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	12
2.1 e-WOM pada Tiktok.....	12
2.2 e-WOM pada Tiktok dalam Mempromosikan Tiktok Shop.....	14
BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	18
3.1 <i>Integrated marketing communications</i>	18
3.2 <i>New media theory</i>	20
3.3 Model Komunikasi di Dunia Maya	24
3.4 Model Komunikasi	32
3.5 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	34
3.6 Kerangka Pemikiran	45

3.7	Penelitian terdahulu	47
BAB IV	METODE PENELITIAN.....	51
4.1	Jenis Penelitian	51
4.2	Metode Operasionalisasi Variabel.....	52
4.3	Populasi dan Sampel	53
4.3.1.	Populasi.....	53
4.3.2.	Sampel.....	54
4.4	Teknik Pengumpulan Data	54
4.5	Uji Keabsahan Data.....	55
4.5.1.	Uji Validitas	56
4.5.2.	Uji Reliabilitas	57
4.6	Metode Analisis Data.....	57
4.6.1.	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.6.2.	Analisis Regresi Sederhana.....	58
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
5.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	60
5.1.1.	Uji Validitas	60
5.1.2.	Uji Reabilitas.....	61
5.2	Hasil Penelitian.....	62
5.2.1.	Profil Responden.....	62
5.2.2.	Deskripsi Objek Penelitian.....	66
5.3	Uji Asumsi Klasik	70
5.3.1.	Uji Normalitas.....	70
5.3.2.	Uji Asumsi Heterokedastisitas	71
5.4	Statistik Inferensial.....	72
5.4.1.	Uji koefisien korelasi (R).....	72
5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	73
5.4.3.	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	73
5.5	Analisis Regresi Sederhana	75
5.6	Pembahasan	76
BAB VI	SIMPULAN DAN SARAN.....	80

6.1	Simpulan.....	80
6.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		90



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 4.2 Uji Validitas	56
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	57
Tabel 5.1 Uji Validitas	60
Tabel 5.2 Uji Reliabilitas	61
Tabel 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Status pekerjaan.....	63
Tabel 5.5 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 5.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	64
Tabel 5.7 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi penggunaan TikTok	65
Tabel 5.8 Data Distribusi Sampel Penelitian	67
Tabel 5.9 Online Customer Rating	67
Tabel 5.10 Online Customer Review	68
Tabel 5.11 Intensity.....	69
Tabel 5.12 Minat Menggunakan TikTok Shop.....	70
Tabel 5.13 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 5.14 Uji Heteroskedastisitas Glejser	72
Tabel 5.15 Uji koefisien korelasi	72
Tabel 5.16 Uji koefisien determinasi	73
Tabel 5.17 Uji t	74
Tabel 5.18 Analisa Regresi Sederhana.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Penggunaan Internet di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Peringkat Media Sosial di Indonesia (Berdasarkan Jumlah pengguna Aktif).....	5
Gambar 2.1 Video Viral Tiktok	13
Gambar 2.2 Tautan Penjualan pada Tiktok.....	14
Gambar 2.3 Tiktok Melakukan Edukasi untuk Penggunaan Tiktok Shop.....	16
Gambar 2.4 Diskusi Pengguna Tiktok dalam Penggunaan Tiktok Shop	17
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Status pekerjaan.	63
Gambar 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	64
Gambar 5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	65
Gambar 5.5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi penggunaan TikTok .	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir.....	90
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 3 Data Responden Penelitian.....	94
Lampiran 4 Profil Responden	109
Lampiran 5 Uji Statistik Deskriptif.....	110
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	114
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	116
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin	118

