

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.4.1 Pengembangan Ilmu	9
1.4.2 Terapan Ilmu	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pemasaran <i>Digital</i>	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran <i>Digital</i>	11
2.1.1.2 Strategi <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.2 TikTok.....	17

2.1.3	Konten.....	19
2.1.3.1	Pengertian Konten.....	19
2.1.3.2	Indikator Konten.....	20
2.1.3.3	Konten <i>Marketing</i>	23
2.1.4	<i>Live Streaming</i>	24
2.1.4.1	Pengertian <i>Live Streaming</i>	24
2.1.4.2	<i>Live Streaming</i> dalam pemasaran	25
2.1.5	<i>Hyper-personalization</i>	27
2.1.5.1	Pengertian <i>Hyper-personalization</i>	27
2.1.5.2	Teknik Kunci <i>Hyper-personalization</i>	28
2.1.5.3	Indikator-indikator <i>Hyper-personalization</i>	30
2.1.5.4	Kerangka Kerja <i>Hyper-personalization</i>	31
2.1.6	Kredibilitas <i>Streamer</i>	32
2.1.6.1	Pengertian Kredibilitas <i>Streamer</i>	32
2.1.6.2	Dimensi Kredibilitas <i>Streamer</i>	33
2.1.7	Ulasan Pelanggan <i>Online</i>	34
2.1.7.1	Pengertian Ulasan Pelanggan <i>Online</i>	34
2.1.7.2	Indikator Ulasan Pelanggan <i>Online</i>	35
2.1.8	Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>).....	37
2.1.8.1	Pengertian Persepsi Nilai	37
2.1.8.2	Dimensi Persepsi Nilai Pelanggan.....	39
2.1.9	Penelitian yang Relevan.....	41
2.2	Kerangka Pemikiran.....	47
2.3	Hipotesis.....	50

BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	52
3.2	Metode Penelitian	53
3.2.1	Variabel Penelitian	53
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	54
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	56

3.2.3.1	Jenis Data.....	56
3.2.3.2	Populasi.....	57
3.2.3.3	Sampel	57
3.2.3.4	Model Penelitian	59
3.2.4	Teknik Analisis Data.....	60
3.2.4.1	Analisis Deskriptif.....	61
3.2.4.2	Uji Asumsi Klasik	63
3.2.4.3	Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	63
3.2.4.4	Pengertian PLS SEM.....	65
3.2.4.5	Estimasi Model dalam PLS-SEM	67
3.2.4.6	Evaluasi Model PLS-SEM.....	68
3.2.4.7	Evaluasi Keباikan dan Kecocokan Model	71

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	73
4.1.1	Kredibilitas <i>Streamer</i> , <i>Hyper-Personalization</i> , Ulasan Pelanggan <i>Online</i> , Konten dan <i>Live Streaming</i> , dan Persepsi Nilai pada Gamis Crinkle di TikTok.....	73
4.1.1.1	Kredibilitas <i>Streamer</i> pada Gamis Crinkle di TikTok ..	74
4.1.1.2	<i>Hyper-Personalization</i> pada Gamis Crinkle di TikTok	76
4.1.1.3	Ulasan Pelanggan <i>Online</i> pada Gamis Crinkle di TikTok.....	78
4.1.1.4	Konten dan <i>Live Streaming</i> pada Gamis Crinkle di TikTok.....	79
4.1.1.5	Persepsi Nilai pada Gamis Crinkle di TikTok.....	81
4.1.2	Analisis Data.....	83
4.1.2.1	Estimasi Model dalm PLS-SEM	83
4.1.3	Evaluasi Model	84
4.1.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.1.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	89
4.1.3.3	Evaluasi Keباikan dan Kecocokan Model	97
4.2	Pembahasan	99
4.2.1	Kredibilitas <i>Streamer</i> , <i>Hyper-Personalization</i> , Ulasan	

	Pelanggan <i>Online</i> , Konten dan <i>Live Streaming</i> , dan Persepsi Nilai Kasus pada Gamis Crinkle di TikTok.....	99
4.2.2	Pengaruh Kredibilitas <i>Streamer</i> , <i>Hyper-Personalization</i> , Ulasan Pelanggan <i>Online</i> terhadap Konten dan <i>Live Streaming</i> Kasus pada Gamis Crinkle di TikTok	101
4.2.3	Pengaruh Kredibilitas <i>Streamer</i> , <i>Hyper-Personalization</i> , Ulasan Pelanggan <i>Online</i> melalui Konten dan <i>Live Streaming</i> terhadap Persepsi Nilai Kasus pada Gamis Crinkle di TikTok.....	102
4.2.4	Pengaruh Konten dan <i>Live Streaming</i> terhadap Persepsi Nilai Kasus pada Gamis Crinkle di TikTok	103
4.2.5	Pengaruh Kredibilitas <i>Streamer</i> , <i>Hyper-Personalization</i> , Ulasan Pelanggan <i>Online</i> terhadap Persepsi Nilai.	104
 BAB V : SIMPULAN DAN SARAN		
	5.1 Simpulan	108
	5.2 Saran	109
 DAFTAR PUSTAKA		
		112
 LAMPIRAN		
		120