

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah konsumen pada Toko Yayang <i>Dessert</i>	4
Tabel 1.2	Hasil Kuesioner Pra-Survey Keputusan Pembelian Konsumen Yayang <i>Dessert</i> di <i>E-Commerce</i> TikTok Shop	5
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pra-Survey <i>Content Marketing</i> Konsumen Yayang <i>Dessert</i> di <i>E-Commerce</i> TikTok Shop	8
Tabel 1.4	Hasil Kuesioner Pra-Survey <i>Live Streaming</i> Konsumen Yayang <i>Dessert</i> di <i>E-Commerce</i> TikTok Shop	11
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu yang relevan	30
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel	39
Tabel 3.2	Jumlah konsumen pada Toko Yayang <i>Dessert</i>	41
Tabel 3.3	Skor pilihan jawaban responden	44
Tabel 3.4	Pedoman untuk menemukan interpretasi koefisien korelasi	47
Tabel 3.5	Pedoman untuk menemukan interpretasi koefisien korelasi	50
Tabel 3.6	Koefisien korelasi berganda	53
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4	Karakteristik responden erdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Tabel 4.5	Karakteristik responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop (3 bulan terakhir)	66
Tabel 4.6	Kriteria Interpretasi.....	68
Tabel 4.7	Tanggapan responden atas pernyataan saya menganggap bahwa konten produk Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop yang ditampilkan mencerminkan citra dari produk tersebut	68
Tabel 4.8	Tanggapan responden atas pernyataan konten yang disajikan sesuai dengan keinginan saya mencari referensi <i>dessert</i>	69
Tabel 4.9	Tanggapan responden atas pernyataan saya cenderung membeli produk Yayang <i>Dessert</i> jika konten promosi yang ditawarkan tidak <i>overclaim</i>	70
Tabel 4.10	Tanggapan responden atas pernyataan deskripsi rasa, bahan, dan harga yang ditampilkan akurat	71
Tabel 4.11	Tanggapan responden atas pernyataan konten yang ditampilkan membantu saya memahami keunggulan produk yayang <i>dessert</i> dibandingkan produk sejenis.....	72
Tabel 4.12	Tanggapan responden atas pernyataan konten yang disajikan membantu saya dalam mempertimbangkan keputusan pembelian	73

Tabel 4.13	Tanggapan responden atas pernyataan saya sering tertarik membeli produk yayang <i>dessert</i> dengan konten promosi yang jelas dan spesifik	74
Tabel 4.14	Tanggapan responden atas pernyataan penyajian konten (gambar/video/teks) memudahkan saya memahami produk.....	74
Tabel 4.15	Tanggapan responden atas pernyataan konten yayang <i>dessert</i> mudah saya temukan di TikTok Shop	75
Tabel 4.16	Tanggapan responden atas pernyataan saya mudah menemukan konten <i>dessert</i> ini melalui pencarian (<i>hastag/search/bar</i>)	76
Tabel 4.17	Tanggapan responden atas pernyataan konsistensi dalam penyajian konten membuat saya lebih percaya pada produk yang ditawarkan	77
Tabel 4.18	Tanggapan responden atas pernyataan gaya konten yang disajikan konsisten dan mudah dikenali	78
Tabel 4.19	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel <i>Content Marketing</i> (X1).....	79
Tabel 4.20	Pedoman Interpretasi tentang <i>Content Marketing</i> (X1).....	81
Tabel 4.21	Kriteria Interpretasi.....	82
Tabel 4.22	Tanggapan responden atas pernyataan penyajian informasi dalam <i>live streaming</i> membantu saya memahami produk secara nyata ..	82
Tabel 4.23	Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa informasi yang ditampilkan <i>streamer</i> sesuai dengan realitas produk yang ditunjukkan.....	83
Tabel 4.24	Tanggapan responden atas pernyataan informasi harga dan penawaran disampaikan secara terbuka tanpa menimbulkan keraguan	84
Tabel 4.25	Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa <i>streamer</i> memberikan ulasan yang objektif, tidak hanya fokus pada keunggulan saja	85
Tabel 4.26	Tanggapan responden atas pernyataan saya sering berpartisipasi aktif dengan memberikan komentas atau pernyataan saat <i>live streaming</i>	86
Tabel 4.27	Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa komunikasi yang terjalin antara <i>streamer</i> dan penonton berjalan secara dua arah dan aktif.....	87
Tabel 4.28	Tanggapan responden atas pernyataan interaksi yang terjadi berkontribusi dalam memperjelas informasi produk yang disampaikan.....	88
Tabel 4.29	Tanggapan responden atas pernyataan saya memiliki kemudahan dalam menyampaikan pernyataan atau tanggapan	88

Tabel 4.30	Tanggapan responden atas pernyataan unsur hiburan yang disajikan mampu meningkatkan ketertarikan saya terhadap produk <i>dessert</i>	89
Tabel 4.31	Tanggapan atas pernyataan saya merada <i>live streaming</i> ini memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan	90
Tabel 4.32	Tanggapan responden atas pernyataan saya menikmati visualisasi produk <i>dessert</i> yang ditampilkan dalam <i>live streaming</i>	91
Tabel 4.33	Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa sesi <i>live streaming</i> produk <i>dessert</i> ini seru dan tidak menyenangkan	92
Tabel 4.34	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel <i>live streaming</i> (X2)	93
Tabel 4.35	Pedoman intrerprestasi tentang <i>live streaming</i> (X2)	95
Tabel 4.36	Kriteria interprestasi.....	96
Tabel 4.37	Tanggapan responden atas pernyataan tampilan dan penjelasan produk Yayang <i>Dessert</i> membuat saya tidak ragu untuk membeli	96
Tabel 4.38	Tanggapan reponden atas pernyataan saya mempertimbangkan rasa, harga, dan tampilan produk sebelum memutuskan membeli <i>dessert</i> yayang <i>dessert</i> di TikTok Shop.....	97
Tabel 4.39	Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa produk yayang <i>dessert</i> lebih meyakinkan dibandingkan produk sejenis ..	98
Tabel 4.40	Tanggapan responden atas pernyataan yayang <i>dessert</i> menjadi salah satu pilihan utama saat membeli produk <i>dessert</i> secara online.....	99
Tabel 4.41	Tanggapan responden atas pernyataan saya sering membeli <i>dessert</i> Yayang <i>Dessert</i> tanpa banyak pertimbangan karena sudah familiar	100
Tabel 4.42	Tanggapan responden atas pernyataan saya sering membeli Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop tanpa berpikir panjang karena sudah familiar.....	101
Tabel 4.43	Tanggapan responden atas pernyataan saya cenderung merekomendasikan produk Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop kepada orang lain	102
Tabel 4.44	Tanggapan responden atas pernyataan saya percaya orang lain akan puas jika membeli produk Yayang <i>Dessert</i> dari TikTok Shop seperti saya.....	103
Tabel 4.45	Tanggapan responden atas pernyataan saya terdorong untuk memberikan pengalaman positif saya mengenai produk Yayang <i>Dessert</i> kepada orang lain	104
Tabel 4.46	Tanggapan responden atas pernyataan kepuasan saya terhadap produk Yayang <i>Dessert</i> mendorong saya untuk membeli kembali	105

Tabel 4.47	Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa puas dan ingin mengulang pembelian produk Yayang <i>Dessert</i> di TikTok Shop ...	106
Tabel 4.48	Tanggapan responden atas pernyataan saya tetap memilih belanja di online store daripada di offline store.....	106
Tabel 4.49	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel Keputusan Pembelian (Y)	108
Tabel 4.50	Pedoman interpretasi tentang Keputusan Pembelian (Y)	110
Tabel 4.51	Data variabel <i>Content Marketing</i> (X1) dan Keputusan Pembelian (Y)	110
Tabel 4.52	Data variabel <i>Live Streaming</i> (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)	116
Tabel 4.53	Data variabel <i>Content Marketing</i> (X1) dan <i>Live Streaming</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	121