

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	12
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	12
1.1.1 Profil Perusahaan	12
1.1.2 Produk Perusahaan.....	13
1.1.3 Visi dan Misi Scarlett Whitening	15
1.2 Latar Belakang Penelitian	16
1.3 Perumusan Masalah.....	24
1.4 Tujuan Penelitian	25
1.5 Manfaat Penelitian	26
1.5.1 Aspek Teoritis.....	26
1.5.2 Aspek Praktisi.....	26
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	29
2.1.1 Information quality	32
2.1.2 Information quantity	33
2.1.3 Information credibilty	34
2.1.4 Information usefulness.....	34

2.1.5	Information adoption	35
2.1.6	Purchase intention.....	36
2.1.7	Hubungan Information Quality Terhadap Purchase Intention.....	36
2.1.8.	Hubungan Information Quantity Terhadap Purchase Intention.....	37
2.1.9	Hubungan Information Credibility Terhadap Purchase Intention	37
2.1.10	Hubungan Information Usefulness Terhadap Purchase Intention	38
2.1.11	Hubungan Information Adoption Terhadap Purchase Intention.....	38
2.1.12	Penelitian Terdahulu	40
2.2	Kerangka Pemikiran	51
2.3	Hipotesis Penelitian	52
BAB III.....		53
METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.2	Operasional Variabel	54
3.4	Populasi dan Sampel	63
3.4.1	Populasi.....	63
3.4.2	Sampel	64
3.4.3	Teknik Sampling.....	65
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber data	65
3.5.1	Jenis Data	65
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	66
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.6.1	Uji Validitas	67
3.6.2	Uji Reliabilitas	72
3.7	Teknik Analisis Data	73
3.7.1	Uji Hipotesis	75
DAFTAR PUSTAKA.....		102

LAMPIRAN.....	110
----------------------	------------