

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Laporan Penjualan Produk <i>Brand Skincare</i> Lokal 2020-2022	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel	46
Tabel 3.3 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 3.4 Uji Validitas Konvergen	59
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas	61
Tabel 3.6 Kriteria Skor	63
Tabel 3.7 <i>Outer Model</i>	65
Tabel 3.8 <i>Inner Model</i>	68
Tabel 4.1 Responden Minat Beli <i>Scarlett</i>	72
Tabel 4.2 Responden Pengguna <i>Tiktok</i>	72
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.4 Usia Responden	73
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	74
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	74
Tabel 4.7 Domisili Responden	75
Tabel 4.8 Tanggapan Responden <i>Influencer</i>	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden <i>Social Comparison</i>	77
Tabel 4.10 Tanggapan Responden <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	79
Tabel 4.11 Tanggapan Responden <i>Materialism</i>	81
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Minat Beli	83
Tabel 4.13 Uji Normalitas	85
Tabel 4.14 Nilai <i>Convergent Validity</i>	87
Tabel 4.15 Nilai <i>Cross Loading</i>	88
Tabel 4.16 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	89
Tabel 4.17 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	90
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.19 Nilai <i>R – Square</i>	92

Tabel 4.20 Nilai f -square	93
Tabel 4.21 Nilai Q -Square	94
Tabel 4.22 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	96
Tabel 4.23 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)	97