

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan TikTok.....	1
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet Indonesia Setiap Tahunnya.....	3
Gambar 1.3 Transaksi dalam TikTok.....	4
Gambar 1.4 Peningkatan Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	5
Gambar 1.5 Perilaku Belanja Konsumen Indonesia Saat dan Setelah Pandemi	6
Gambar 1.6 <i>Social Commerce</i> yang Paling Banyak Digunakan Konsumen Indonesia.....	8
Gambar 1.7 Platform <i>Live Shopping</i> yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia pada Tahun 2024.....	11
Gambar 1.8 Frekuensi Pembelian <i>Live Commerce</i> di Indonesia.....	12
Gambar 1.9 Peningkatan Peran <i>Influencer</i> dalam Pemasaran.....	14
Gambar 1.10 Konsumen Indonesia Melakukan Pembelian Berdasarkan Rekomendasi <i>Influencer</i>	16
Gambar 1.11 Penggunaan dalam TikTok <i>Live Shopping</i>	20
Gambar 1.12 Perilaku Belanja Konsumen Indonesia.....	24
Gambar 1.13 Demografis Penduduk Bandung	29
Gambar 1.14 5 Kota Indonesia yang Gemar Belanja <i>Online</i>	31
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	95
Gambar 3.2 Kontinum Persentase Kriteria Interpretasi Skor	107
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Media Sosial <i>Influencer</i>	126
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel	132
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel FoMO.....	137
Gambar 4.4 Garis Kontinum Variabel Pembelian Impulsif	141
Gambar 4.5 <i>Outer Model</i>	142
Gambar 4.6 <i>Inner Model</i>	148