DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 33
Tabel 3. 1 Skorer Tanggapan Responden 47
Tabel 3. 2 Layout Angket 47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi 59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan 60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan atau Uang Saku per Bulan 62
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi TikTok 63
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengakses TikTok Shop 64
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pembelian di TikTok Shop 66
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis atau Konten Tiktok Shop yang Paling Menarik Perhatian 67
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasaan Membagikan Informasi Produk TikTok Shop 69
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membagikan Produk TikTok Shop kepada Orang Lain 71
Tabel 4. 11 Nilai Kriteria 72
Tabel 4. 12 Penilaian Responden Mengenai Indikator Pengetahuan Produk (X1.1) 73
Tabel 4. 13 Penilaian Responden Mengenai Indikator Expressive Positive Feeling (X1.2) 74
Tabel 4. 14 Penilaian Responden Mengenai Indikator Social Benefit (X1.3) 76
Tabel 4. 15 Penilaian Responden Mengenai Indikator Information Spreading (X1.4) 77
Tabel 4. 16 Penilaian Responden Mengenai Indikator Adventure Shopping (X2.1) 80
Tabel 4. 17 Penilaian Responden Mengenai Indikator Gratification Shopping (X2.2) 82
Tabel 4. 18 Penilaian Responden Mengenai Indikator Value Shopping (X2.3) 83
Tabel 4. 19 Penilaian Responden Mengenai Indikator Idea Shopping (X2.4) 85
Tabel 4. 20 Penilaian Responden Mengenai Indikator Spontanitas (Y.1) 86
Tabel 4. 21 Penilaian Responden Mengenai Indikator Dorongan Emosional (Y.2) 88
Tabel 4. 22 Penilaian Responden Mengenai Indikator Minimnya Pertimbangan Rasional (Y.3) 89
Tabel 4. 23 Uji Validitas Variabel Viral Marketing (X1) 91
Tabel 4. 24 Uji Validitas Variabel Hedonic Shopping Motivation (X2) 92
Tabel 4. 25 Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y) 92
Tabel 4. 26 Uji Reliabilitas Variabel Viral Marketing (X1) 93
Tabel 4. 27 Uji Reliabilitas Variabel Hedonic Shopping Motivation (X2) 94
Tabel 4. 28 Uji Reliabilitas Variabel Impulsive Buying (Y) 94

Tabel 4. 29 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov 96
Tabel 4. 30 Hasil Uji Multikolinearitas 99
Tabel 4. 31 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) 100
Tabel 4. 32 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 100
Tabel 4. 33 Hasil Uji T (Parsial) 102
Tabel 4. 34 Hasil Uji F (Simultan) 103
Tabel 4. 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 105