

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1 <i>Expectation Confirmation Theory (ECT)</i>	16
2.2 <i>Cognitive Dissonance Theory</i>	17
2.3 Hubungan Persepsi Penipuan (<i>Perceived Deception</i>) dan Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	18
2.4 Hubungan Norma Sosial (<i>Social Norms</i>) Norma Deskriptif (<i>Descriptive Norms</i>) dan Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	19
2.5 Hubungan Norma Sosial (<i>Social Norms</i>) Norma Injungtif (<i>Injunctive Norms</i>) dan Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	20
2.6 Penelitian Relevan.....	21
2.7 Model Penelitian	23
BAB III	24



**PERSEPSI PENIPUAN DAN NORMA SOSIAL SEBAGAI DETERMINAN NIAT PEMBELIAN ULANG
PRODUK PERAWATAN KULIT
YANG DIKLANKAN DI TIKTOK**

Rania Nuraininda Asri, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Data dan Sampel Penelitian.....	24
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2.1 Persepsi Penipuan (<i>Perceived Deception</i>).....	26
3.2.2 Norma Sosial (<i>Social Norms</i>).....	27
3.2.3 Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	28
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	30
3.3.3 Ukuran Responden.....	30
3.4 Metode Analisis Data.....	31
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	31
3.4.2 Analisis Kuantitatif.....	32
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Analisis Deskriptif.....	39
4.2 Analisis Kuantitatif.....	44
4.2.1 Analisis Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
4.2.2 Analisis Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
BAB V.....	64
SIMPULAN.....	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Implikasi.....	65
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	65
5.2.2 Implikasi Praktis.....	66
5.3 Keterbatasan.....	66
5.4 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	21
Tabel 3. 1 Skala Utama (Likert).....	25
Tabel 3. 2 Item Pengukuran Variabel Persepsi Penipuan (<i>Perceived Deception</i>).....	26
Tabel 3. 3 Item Pengukuran Variabel Norma Deskriptif (<i>Descriptive Norms</i>).....	27
Tabel 3. 4 Item Pengukuran Variabel Norma Injungtif (<i>Injunctive Norms</i>).....	28
Tabel 3. 5 Item Pengukuran Variabel Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	29
Tabel 3. 6 Ukuran Responden.....	31
Tabel 4. 1 Profil Responden	39
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif.....	42
Tabel 4. 3 Nilai Loading Factor	46
Tabel 4. 4 Hasil Cross Loading.....	47
Tabel 4. 5 Fornell-Larcker	48
Tabel 4. 6 Nilai Composite Reliability dan AVE	49
Tabel 4. 7 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	50
Tabel 4. 8 Model Fit.....	50
Tabel 4. 9 Nilai R-Square model	52
Tabel 4. 10 Nilai F-Square model.....	53
Tabel 4. 11 Nilai VIF model	54
Tabel 4. 12 Nilai Predictive Relevance.....	55
Tabel 4. 13 Nilai Goodness of Fit Model	56
Tabel 4. 14 Pengujian pengaruh langsung (direct effect)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Anak Muda Indonesia yang Menggunakan Internet Berdasarkan Tujuan 1	
Gambar 1. 2 Grafik Negara dengan Penonton TikTok Terbesar per Juli 2024	3
Gambar 1. 3 Hasil Uji Lab Salah Satu Produk Perawatan Kulit	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	23
Gambar 4. 1 Struktur Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	38
Gambar 4. 2 Nilai Loading Factor Seluruh Item Penelitian	45



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PERSEPSI PENIPUAN DAN NORMA SOSIAL SEBAGAI DETERMINAN NIAT PEMBELIAN ULANG
PRODUK PERAWATAN KULIT
YANG DIKLANKAN DI TIKTOK**

Rania Nuraininda Asri, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	74
LAMPIRAN 2.....	82
LAMPIRAN 3.....	85