

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Hierarchy Of Effects .....	13
2.1.2 Social Media Marketing.....	15
2.1.3 Interactive Marketing .....	17
2.1.4 Live Streaming .....	19
2.1.5 Aplikasi Tiktok.....	20
2.1.6 Brand Awareness .....	21
2.1.7 E-Trust.....	23
2.1.8 Purchase Decision .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	28
2.3.1 Live Streaming TikTok Berdampak Pada Brand Awareness .....	28
2.3.2 Live Streaming TikTok Berdampak Pada E-Trust.....	28
2.3.3 Live Streaming TikTok Berdampak Pada Purchase Decision .....	29

2.4	Kerangka Pemikiran .....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Pendekatan Penelitian.....	33
3.3	Paradigma Penelitian .....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5	Definisi Operasional.....	37
3.6	Desain Riset.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		40
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	40
4.1.1	Sejarah Berdiri .....	40
4.1.2	Aspek Produk .....	41
4.1.3	Aspek Teknis atau Operasional.....	44
4.1.4	Aspek Pasar dan Pemasaran.....	45
4.1.5	Aspek Manajemen dan Organisasi.....	49
4.1.6	Aspek Hukum dan Legalitas .....	51
4.1.7	Aspek Keuangan .....	52
4.1.8	Aspek Dampak Lingkungan.....	55
4.2	Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Brand Awareness.....	55
4.3	Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap E-Trust.....	59
4.4	Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Purchase Decision .....	62
4.5	Kinerja Bisnis Sesudah Melakukan Live Streaming TikTok.....	64
4.6	Strategi Pengembangan Bisnis Kedepan .....	66
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	71
5.3	Saran Penelitian .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....		73
LAMPIRAN.....		79

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Five A oleh Kotler et al (2016) .....	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 4.1 Produk Alldays.....	42
Tabel 4.2 Segmentasi Pasar Produk Alldays.....	47
Tabel 4.3 Analisis Kompetitor Alldays.....	48
Tabel 4.4 Media Sosial Alldays .....	49
Tabel 4.5 Data PIRT Produk Alldays .....	52
Tabel 4.6 Harga Jual Produk Alldays .....	52
Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi Alldays .....	53
Tabel 4.8 Laporan Neraca .....	54
Tabel 4.9 Laporan Arus Kas .....	54
Tabel 4.10 Data Impresi Produk Alldays .....	58
Tabel 4.11 Perbandingan Pendapatan Alldays.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kenaikan Produk Skincare di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Data Aplikasi Dengan Pengguna Terbanyak Pada Kuartal 1 2022.....	3
Gambar 1.3 BCG Matrix Produk Alldays.....	6
Gambar 1.4 Profile dan Engagement Tiktok Alldays (@alldays.official).....	7
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.1 Desain Riset.....	39
Gambar 4.1 Logo Alldays .....	40
Gambar 4.2 Data Kenaikan Produk Skincare di Indonesia.....	46
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Alldays .....	50
Gambar 4.4 Dokumentasi Live Streaming Tiktok Alldays.....	56
Gambar 4.5 Data Insight TikTok Alldays.....	57
Gambar 4.6 Keadaan Informasi Pembeli Setelah Pesanan Dikirimkan.....	60
Gambar 4.7 Review Produk Alldays.....	61
Gambar 4.8 Diagram Penjualan Per Produk .....	63
Gambar 4.9 Grafik Kenaikan Followers Alldays.....	64
Gambar 4.10 Live Analytics Alldays.....	65
Gambar 4.11 Grafik Pendapatan Live Streaming Alldays.....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Akun TikTok Alldays .....	79
Lampiran B Produk Alldays Pada TikTok Shop.....	79
Lampiran C Background Live Streaming Alldays.....	80
Lampiran D Dokumentasi Live Streaming .....	81
Lampiran E Impresi Produk Bulan Juli dan Agustus.....	82
Lampiran F Profile Pabrik Maklon .....	82
Lampiran G Uji Laboratorium .....	83