

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data (Tren) Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022.....	1
Gambar 1.2: <i>TikTok User Growth</i> .....	2
Gambar 1.3: <i>Global 500 2022 Ranking</i> .....	3
Gambar 2.1 <i>Shannon-Weaver's Model of Communication</i> .....	12
Gambar 2.2 <i>Sales and Marketing Collaboration Model</i> .....	17
Gambar 2.3 Model Konseptual Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Pertanyaan Saringan I .....	53
Gambar 4.2 Pertanyaan Saringan I .....	54
Gambar 4.3 Jenis Kelamin .....	54
Gambar 4.4 Usia .....	55
Gambar 4.5 Provinsi .....	56
Gambar 4.6 Asal Kota.....	57
Gambar 4.7 Pekerjaan .....	58
Gambar 4.8 Pengeluaran .....	59
Gambar 4.9 Frekuensi Penggunaan Aplikasi TikTok.....	60
Gambar 4.10 Frekuensi Penggunaan Fitur TikTok Live.....	61
Gambar 4.11 Frekuensi menonton <i>Live Selling</i> pada Fitur TikTok Live .....	62
Gambar 4.12 <i>Seller</i> TikTok Live Paling Berkesan.....	63
Gambar 4.13 Rentang Waktu Menonton TikTok Live .....	64
Gambar 4.14 Frekuensi Pembelian Produk di TikTok Live.....	65
Gambar 4.15 Tujuan Menggunakan TikTok .....	66
Gambar 4.16 Produk Yang Paling Sering Dibeli Melalui TikTok Live .....	67
Gambar 4.17 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji Hipotesis .....	81
Gambar 4.18 Contoh Seller Unik di TikTok .....	84

Gambar 4.19 Contoh *Seller* yang Berkesan .....95

