

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	14
1.1.1 Profil TiktokShop	14
1.1.2 Logo Perusahaan	15
1.1.3 Visi dan Misi Tiktok.....	16
1.1.4 Produk dan Layanan Tiktok	16
1.2 Latar Belakang Penelitian	16
1.3 Perumusan Masalah.....	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Kegunaan Penelitian.....	24
1.5.1 Kegunaan Teoritis	24
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	24
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	25
1.7 Sistematika Penulisan.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Landasan Teori	26
2.1.1 Marketing Mix.....	26
2.1.2 Kepuasan Konsumen	30

2.1.2.1	Faktor Penentu Kepuasan Konsumen.....	31
2.1.2.2	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	32
2.2	Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1	Hubungan Antara Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen	33
2.3	Penelitian Terdahulu.....	34
2.4	Kerangka Pemikiran	43
2.5	Hipotesis Penelitian.....	43
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	44
2.6.1	Variabel Penelitian	44
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	45
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.2.2	Skala Pengukuran.....	45
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4	Populasi dan Sampel	51
3.4.1	Populasi	51
3.4.2	Sampel.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1	Data Primer.....	52
3.5.2	Data Sekunder	52
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1	Uji Validitas	53
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.7	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1	Structural Equation Modeling (SEM)	58
3.7.2	Partial Least Square (PLS)	58
3.7.3	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
3.7.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1	Pengumpulan Data	61
4.2.	Karakteristik Responden	61