

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	viv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Lokasi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Kegunaan Penelitian	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis	20
1.5.2. Kegunaan Praktis	20
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	21
1.7 Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Tinjauan Pustaka	22
2.1.1 Pemasaran	22

2.1.2 <i>E- Service Quality</i>	22
2.1.3 Dimensi <i>E - Service Quality</i>	23
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WoM)</i>	24
2.1.5 Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	25
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.7 Dimensi Keputusan Pembelian	26
2.1.8 Hubungan <i>E - Service Quality</i> dengan Keputusan Pembelian	27
2.1.9 Hubungan <i>E - Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian	27
2.1.10 Hubungan <i>E - Service Quality dan E – Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Penelitian	38
2.4 Hipotesis Penelitian	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	42
3.2.1 Variabel Operasional	42
3.2.2 Skala Pengukuran.....	47
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	48
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.1.2 Sampel.....	48
3.4 Pengumpulan Data dan Sumber Data	50
3.4.1 Jenis Data yang Diperlukan	50
3.4.2 Sumber Data.....	50
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.5.1 Uji Validitas	52

3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1 Analisis Deskriptif	56
3.6.2 Method of Successive Interval (MSI)	58
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.1 Uji Normalitas.....	59
3.7.2 Uji Multikolinearitas	60
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.9 Uji Hipotesis	61
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	61
3.9.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	62
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Pengumpulan Data	64
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian di Tiktokshop.....	67
4.3 Hasil Penelitian	68
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	68
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.3.3 Hasil Analisi Uji Regresi Linear Berganda	97
4.3.4 Uji Hipotesis	98
4.3.5 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	102
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	109
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	67