

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 <i>Social Commerce (s-commerce)</i> dan TikTok Shop	16
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	19
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.6 <i>Repurchase Intention</i>	25
2.1.7 Model SERVPERF dan Konsep <i>Behavioral Intentions</i>	27
2.1.8 Penelitian Terdahulu	29
2.2 Kerangka Pemikiran	32
2.3 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	38

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data.....	43
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5 Metode Analisis	46
3.5.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
3.5.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2 Hasil Analisis PLS-SEM	59
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
4.3 Interpretasi Hasil.....	72
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (E-SQ) terhadap <i>Repurchase Intention</i> (RI) = H1	72
4.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (E-SQ) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (CS) = H2	74
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> (CS) terhadap <i>Repurchase Intention</i> (RI) = H3	76
4.3.4 Peran Mediasi <i>Customer Satisfaction</i> (CS) dalam Hubungan <i>E-Service Quality</i> (E-SQ) dan <i>Repurchase Intention</i> (RI)	78
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Implikasi	85
5.3 Keterbatasan	86
5.4 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	97