

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	17
1.1. LATAR BELAKANG	17
1.2. RUMUSAN MASALAH	23
1.3. TUJUAN PENULISAN	23
1.4. MANFAAT PENULISAN	24
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	25

2.1.	TELAAH PUSTAKA	25
2.1.1.	<i>Word of Mouth</i>	25
2.1.2.	<i>Perceived Usefulness</i>	26
2.1.3.	<i>Habits</i>	26
2.1.4.	<i>Consumer Satisfaction</i>	27
2.1.5.	<i>Perceived Ease of Use</i>	27
2.1.6.	<i>Continuance Intention</i>	28
2.2.	KERANGKA PEMIKIRAN	29
2.3.	PERUMUSAN HIPOTESIS	29
BAB III METODE PENULISAN.....		39
3.1.	UNIT ANALISIS DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN	39
3.1.1.	Objek Penelitian	39
3.1.2.	Jenis Penelitian	39
3.1.3.	Sumber Data.....	40
3.2.	TEKNIK PENENTUAN POPULASI DAN SAMPEL	40
3.3.	METODE PENELITIAN.....	42
3.3.1	Desain Kuesioner.....	42
3.3.2.	Skala Pengukuran	43
3.4.	OPERASIONALISASI VARIABEL PENULISAN	44
3.5.	METODE ANALISIS.....	48

3.5.2.	Uji Validitas	48
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	49
3.5.3.	Uji Analisis Data <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1.	Profil Responden	53
4.2.	Data Demografi	54
4.3.	Hasil Validitas	56
4.4.	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.5.	Hasil Analisa Deskriptif.....	58
4.5.1.	Variabel <i>Word of Mouth</i>	58
4.5.2.	Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	60
4.5.3.	Variabel <i>Habits</i>	61
4.5.4.	Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	62
4.5.5.	Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	63
4.5.6.	Variabel <i>Continuance Intention</i>	64
4.6.	Hasil Analisa Structural Equation Model (SEM).....	65
4.6.1.	Analisa CFA (Confirmatory Factor Analysis) dengan AMOS	65
4.6.2.	Analisa Indeks <i>Goodness of Fit</i>	68
4.6.3.	Uji Hipotesis.....	70
4.7.	Diskusi Hasil Uji Hipotesis	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran	76
5.2.1. Teoritis	76
5.2.2. Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	84
LAMPIRAN 2 TABEL PROFIL RESPONDEN DAN DEMOGRAFI	91
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS.....	92
LAMPIRAN 4 HASIL UJI RELIABILITAS	93
LAMPIRAN 5 ANALISA PERSENTASE JAWABAN RESPONDEN.....	95
LAMPIRAN 6 MODEL AWAL UNTUK ANALISA CFA (CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS)	97
LAMPIRAN 7 MODEL FIT SUMMARY (MODEL AWAL).....	98
LAMPIRAN 8 MODEL FIT	99
LAMPIRAN 9 MODEL FIT SUMMARY (MODEL FIT)	100
LAMPIRAN 10 HASIL UJI HIPOTESIS	101
LAMPIRAN TURNITIN DAN PLAGIARISME	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	84
2	Tabel Profil Responden Dan Demografi.....	91
3	Hasil Uji Validitas	92
4	Hasil Uji Reliabilitas.....	93
5	Analisa Persentase Jawaban Responden	95
6	Model Awal Untuk Analisa Cfa	97
7	<i>Model Fit Summary</i> (Model Awal).....	98
8	Model Fit	99
9	<i>Model Fit Summary</i> (Model Awal).....	100
10	Hasil Uji Hipotesis.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Penentuan jumlah sampel berdasarkan penelitian terdahulu yang menggunakan <i>structural equation model</i> (SEM)	40
3.2	Skala penilaian kuesioner	41
3.3	Operasional variabel dan indikator penelitian	42
3.4	<i>Goodness of Fit Index</i>	50
4.1.1	Frekuensi Responden Menggunakan Aplikasi TikTok sebagai media Promosi	54
4.2.2	Frekuensi Usia Responden	54
4.2.3	Tabulasi Silang Frekuensi Usia Responden dengan Tingkat Pendidikan yang Ditamatkan	55
4.3.1	Hasil Uji Validitas	56
4.4.1	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.5.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	59
4.5.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	60
4.5.3	Analisis Deskriptif Variabel Habits	61
4.5.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	62
4.5.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	63
4.5.6	Analisis Deskriptif Variabel <i>Continuance Intention</i>	64
4.6.1	Output CMIN Model Awal untuk Analisa CFA	66

4.6.2	Output CMIN Model Fit untuk Analisa CFA	67
4.6.3	Rekapitulasi Hasil Analisis Indeks <i>Goodness of Fit Index</i>	68
4.6.4	Hasil Uji Hipotesis.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	<i>Ratings</i> aplikasi Tiktok di <i>AppStore</i> dalam kategori <i>entertainment</i>	17
1.2	Cara belanja melalui fitur TikTok Shop	19
1.3	Pengusaha mikro dalam menggunakan TikTok sebagai media pemasaran	20
2.1	Kerangka teori (<i>continuance intention</i>)	29
4.1	Model Awal untuk Analisa CFA (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	65
4.2	Model Fit untuk Analisa CFA (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	67