

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Teori Pendukung.....	17

2.1.1	<i>Brand Experience</i>	17
2.1.2	<i>Brand Trust</i>	21
2.1.3	<i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.4	<i>Word of Mouth (WOM)</i>	28
2.1.5	<i>Repurchase Intention</i>	31
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	35
2.2.1	<i>Brand Experience dan Brand Trust</i>	35
2.2.2	<i>Brand Experience dan Customer Satisfaction</i>	36
2.2.3	<i>Brand Experience dan Word of Mouth (WOM)</i>	37
2.2.4	<i>Customer Satisfaction dan Repurchase Intention</i>	38
2.2.5	<i>Brand Trust dan Repurchase Intention</i>	39
2.2.6	<i>Word of Mouth (WOM) dan Repurchase Intention</i>	40
2.3	Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.1.1	Tempat Penelitian.....	43
3.1.2	Waktu Penelitian	43
3.2	Desain Penelitian	43
3.3	Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1	Populasi	44

3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Pengembangan Instrumen.....	45
3.4.1	<i>Brand Experience</i>	46
3.4.2	<i>Brand Trust</i>	47
3.4.3	<i>Customer Satisfaction</i>	47
3.4.4	<i>Word of Mouth (WOM)</i>	48
3.4.5	<i>Repurchase Intention</i>	49
3.5	Skala Pengukuran	52
3.6	Teknik Pengumpulan Data	53
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.7.1	Analisa Deskriptif	54
3.7.2	Uji Validitas	54
3.7.3	Uji Reliabilitas.....	55
3.7.4	Uji Kesesuaian Model	55
3.7.5	Uji Hipotesis.....	59
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Deskripsi Data	61
4.1.1	Profil Responden	61
4.1.2	Profil Data	65
4.2	Uji <i>Explanatory Factor Analysis</i>	70

4.2.1 Uji Validitas	70
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.3 Uji Kesesuaian Model.....	75
4.4 Uji Hipotesis	78
4.5 Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Implikasi	88
5.2.1 Implikasi Teoritis	88
5.2.2 Implikasi Praktis.....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian	94
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	103
RIWAYAT HIDUP.....	149

DAFTAR GAMBAR

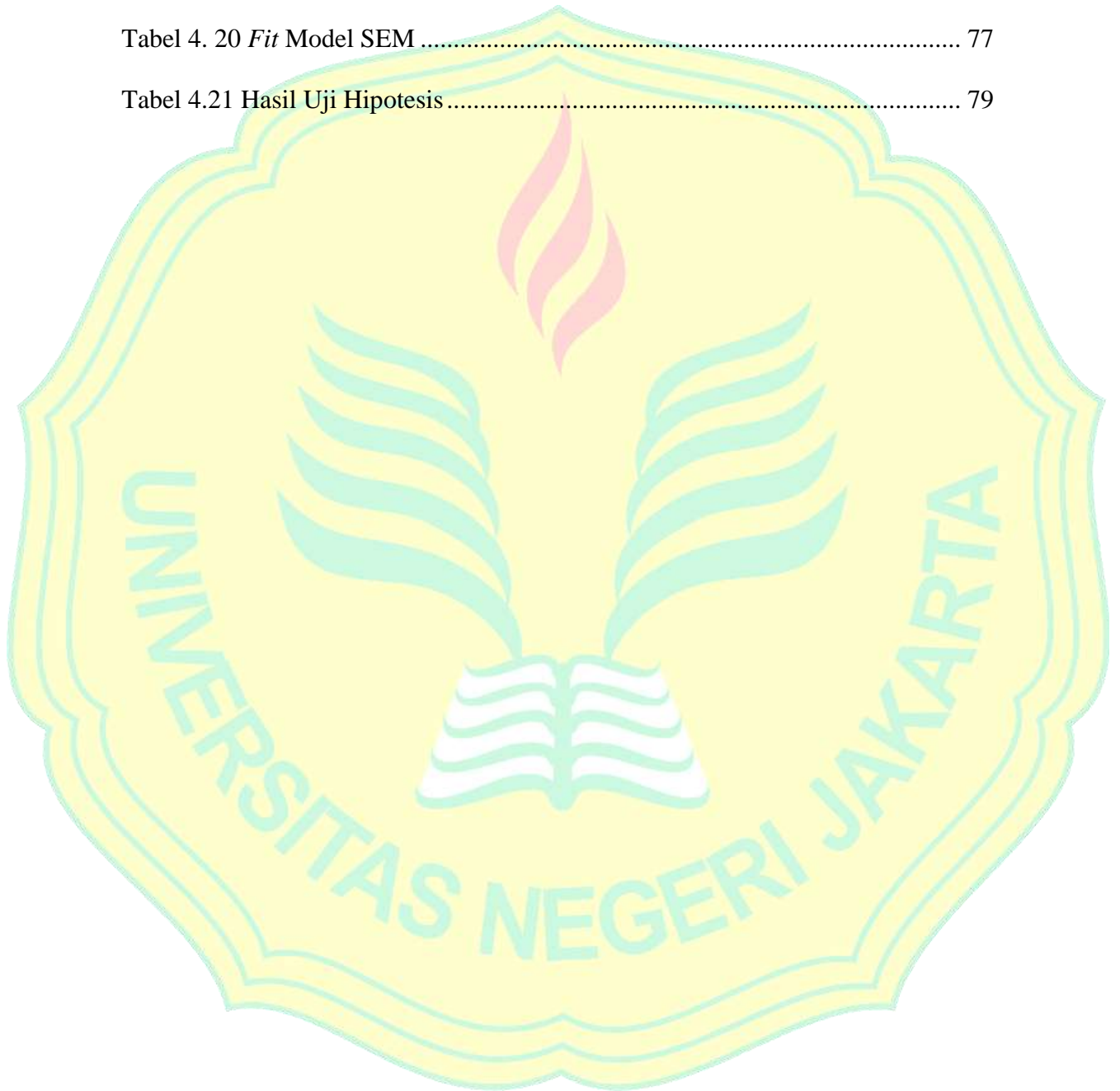
Gambar 1. 1 Penetrasi Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Aplikasi Media Sosial yang Sering digunakan Tahun 2023	2
Gambar 1. 3 Fitur <i>Live streaming</i> dan <i>TikTok Shop</i>	5
Gambar 1. 4 Produk Terlaris di <i>E-Commerce</i> Tahun 2022	18
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	41
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	75
Gambar 4. 2 Model Penelitian Setelah Modifikasi	77
Gambar 4. 3 <i>Fit</i> Model SEM.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak.....	3
Tabel 2. 1 Sumber Rujukan Variabel.....	41
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	53
Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	59
Tabel 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden.....	62
Tabel 4. 3 Sebaran Domisili Responden.....	63
Tabel 4. 4 Sebaran Status Pekerjaan Responden.....	63
Tabel 4. 5 Sebaran Status Pernikahan Responden.....	64
Tabel 4. 6 Sebaran Tingkat Pendidikan Responden.....	64
Tabel 4. 7 Sebaran Tingkat Pendapatan Responden.....	65
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Brand Experience</i>	66
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Brand Trust</i>	67
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	68
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif <i>Word of Mouth (WOM)</i>	69
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	70
Tabel 4. 13 <i>Exploratory Factor Analysis (Brand Experience)</i>	71
Tabel 4. 14 <i>Exploratory Factor Analysis (Brand Trust)</i>	71
Tabel 4. 15 <i>Exploratory Factor Analysis (Customer Satisfaction)</i>	72
Tabel 4. 16 <i>Exploratory Factor Analysis (WOM)</i>	72

Tabel 4. 17 <i>Exploratory Factor Analysis (Repurchase Intention)</i>	73
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.19 <i>Full Model SEM</i>	76
Tabel 4. 20 <i>Fit Model SEM</i>	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 1.2 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	108
Lampiran 1. 3 Lembar Saran dan Perbaikan Seminar Hasil Penelitian.....	109
Lampiran 1. 4 Lembar Konsultasi.....	111
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Turnitin	113
Lampiran 1. 6 Tabulasi Data <i>Brand Experience</i>	114
Lampiran 1. 7 Tabulasi Data <i>Brand Trust</i>	121
Lampiran 1. 8 Tabulasi Data <i>Customer Satisfaction</i>	128
Lampiran 1. 9 Tabulasi Data <i>Word of Mouth</i>	135
Lampiran 1. 10 Tabulasi Data <i>Repurchase Intention</i>	142