

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Akademis	16
1.5.2 Manfaat Praktis	17
1.5.3 Manfaat Sosial	17
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Teori -Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.3 Pemasaran Digital	21
2.1.4 TikTok Streak	21
2.1.4.1 Manfaat	22
2.1.4.2 Tujuan	22
2.1.4.3 Dimensi	22
2.1.4.4 Indikator.....	23
2.1.5 System Quality.....	23
2.1.5.1 Manfaat	23

2.1.5.2 Tujuan	23
2.1.5.3 Dimensi	24
2.1.5.4 Indikator	24
2.1.6 Kepuasan Pengguna	25
2.1.6.1 Manfaat	25
2.1.6.2 Tujuan	25
2.1.6.3 Dimensi	26
2.1.6.4 Indikator	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan TikTok Streak Terhadap System Quality	26
2.2.2 Hubungan TikTok Streak Terhadap Kepuasan Pengguna	27
2.2.3 Hubungan System Quality dengan Kepuasan Pengguna	27
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Batasan Penelitian	54
2.4.1 Ruang Lingkup Responden	54
2.4.2 Variabel yang Diteliti	54
2.4.3 Metode Pengumpulan Data	55
2.4.4 Waktu Penelitian	55
2.4.5 Aspek Kajian	55
2.5 Linimasa Penelitian	55
2.6 Kerangka Pemikiran	56
2.7 Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran	59
3.2.1 Operasional Variabel	59
3.2.2 Skala Pengukuran	65
3.3 Tahapan Penelitian	66
3.4 Populasi Dan Sampel	67
3.4.1 Populasi	67
3.4.2 Sampel	68
3.4.3 Teknik Sampling	70

3.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	72
3.6.1 Uji Validitas.....	72
3.6.2 Uji Reliabilitas	74
3.7 Teknik Analisis Data	76
3.7.1 Analisis Eksplanatori	76
3.7.2 Structural Equation Modelling (SEM).....	77
3.7.3 Definisi dan Kegunaan SmartPLS	78
3.7.4 Uji Kualitas Data dan Model	78
3.7.5 Uji Hipotesis Statistik	80
3.7.6 Uji Mediasi	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Karakteristik Responden	83
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	84
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	86
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	87
4.2 Tabel Distribusi Frekuensi, Persentase, dan Skor Total Responden	87
4.2.1 Tanggapan Responden pada Variabel TikTok Streak (X).....	88
4.2.2 Tanggapan Responden pada Variabel System Quality (Z).....	90
4.2.3 Tanggapan Responden pada Variabel Kepuasan Pengguna	93
4.3 Hasil Penelitian.....	95
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	96
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen	96
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan	99
4.3.1.3 HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio)	101
4.3.1.4 Uji Reliabilitas	102
4.3.2 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model).....	104
4.3.2.1 R-Square Adjusted.....	104
4.3.2.2 F-Square.....	105
4.3.2.5 Uji Hipotesis	107

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	110
4.4.1 Pengaruh TikTok Streak terhadap System Quality.....	111
4.4.2 Pengaruh TikTok Streak terhadap Kepuasan Pengguna.....	112
4.4.3 Pengaruh System Quality terhadap Kepuasan Pengguna	114
4.4.4 Pengaruh Mediasi System Quality terhadap Hubungan TikTok Streak dan Kepuasan Pengguna	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1. Kesimpulan.....	117
5.2 Saran	119
5.2.1 Saran Bagi Platform TikTok Indonesia	119
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	132