

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	11
1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	12
1.5.1. Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2. Jadwal Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	14
2.1. Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2. Teori Pemasaran	18
2.1.3. Teori Permintaan	20
2.1.4. Kepuasan Konsumen	22
2.1.5. <i>Live Streaming</i> Shopee.....	28
2.1.6. Kualitas Produk	30
2.1.7. Kualitas Layanan	35

	Halaman
2.1.8. <i>Online Customer Review</i>	39
2.1.9. Peneitian Terdahulu	42
2.2. Kerangka Pemikiran.....	47
2.2.1. Hubungan <i>Live Streaming</i> Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan.....	47
2.2.2. Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan	48
2.2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan ..	49
2.2.4. Hubungan <i>Online Customer Review</i> Dengan Kepuasan Pelanggan.....	49
2.3. Hipotesis	50
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Objek Penelitian.....	52
3.2. Metode Penelitian	52
3.2.1. Operasionalisasi Variabel.....	52
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.3. Model Penelitian	60
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian	61
3.4.1. Instrumen Penelitian.....	61
3.4.2. Nilai Jenjang Interval	61
3.5. Teknik Analisis Data	62
3.5.1. Analisis Regresi Berganda	62
3.5.2. Uji Validitas	62
3.5.3. Uji Reliabilitas.....	62
3.5.4. <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	63
3.5.5. Uji Asumsi Klasik	64
3.5.6. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.1.2 Analisis Data	71

	Halaman
4.1.1.1 Uji Instrumen Peneliti.....	71
4.1.1.2 Uji Validitas.....	72
4.1.1.3 Uji Reliabilitas	73
4.1.1.4 Analisis Nilai Jenjang Interval (NJI)	74
4.1.1.5 <i>Method of successive Interval</i> (MSI).....	92
4.1.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	92
4.1.1.7 Uji Asumsi Klasik	93
4.1.1.8 Uji Hipotesis	95
4.2 Pembahasan	97
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Simpulan	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112
BIODATA PENULIS	149

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 3.2 Jumlah Sampel pada setiap Kecamatan dan Kelurahan	57
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i>	61
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas	72
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	73
Tabel 4.3 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Indikator	74
Tabel 4.4 Pernyataan ke-1 <i>Live Streaming</i>	75
Tabel 4.5 Pernyataan ke-2 <i>Live Streaming</i>	75
Tabel 4.6 Pernyataan ke-3 <i>Live Streaming</i>	75
Tabel 4.7 Rekapitulasi <i>Live Streaming</i>	77
Tabel 4.8 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Variabel	78
Tabel 4.9 Pernyataan ke-1 Kualitas Produk	78
Tabel 4.10 Pernyataan ke-2 Kualitas Produk	79
Tabel 4.11 Pernyataan ke-3 Kualitas Produk	79
Tabel 4.12 Pernyataan ke-4 Kualitas Produk	80
Tabel 4.13 Pernyataan ke-5 Kualitas Produk	80
Tabel 4.14 Rekapitulasi Kualitas Produk	81
Tabel 4.15 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Variabel	82
Tabel 4.16 Pernyataan ke-1 Kualitas Layanan	82
Tabel 4.17 Pernyataan ke-2 Kualitas Layanan	83
Tabel 4.18 Pernyataan ke-3 Kualitas Layanan	83
Tabel 4.19 Pernyataan ke-4 Kualitas Layanan	84
Tabel 4.20 Pernyataan ke-5 Kualitas Layanan	84
Tabel 4.21 Rekapitulasi Kualitas Layanan	85
Tabel 4.22 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Variabel	86
Tabel 4.23 Pernyataan ke-1 <i>Online Customer Review</i>	86

	Halaman
Tabel 4.24 Pernyataan ke-2 <i>Online Customer Review</i>	87
Tabel 4.25 Pernyataan ke-3 <i>Online Customer Review</i>	87
Tabel 4.26 Rekapitulasi <i>Online Customer Review</i>	88
Tabel 4.27 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Variabel	89
Tabel 4.28 Pernyataan ke-1 Kepuasan Konsumen	89
Tabel 4.29 Pernyataan ke-2 Kepuasan Konsumen	90
Tabel 4.30 Pernyataan ke-3 Kepuasan Konsumen	90
Tabel 4.31 Rekapitulasi Kepuasan Konsumen	91
Tabel 4.32 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Variabel	92
Tabel 4.33 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.35 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4.36 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	96
Tabel 4.37 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	97
Tabel 4.38 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023).....	4
Gambar 1.2 <i>E-commerce in Southeast Asia 2023</i>	5
Gambar 1.3 <i>Review</i> Konsumen.....	8
Gambar 1.4 <i>Review</i> Konsumen.....	9
Gambar 1.5 <i>Review</i> Konsumen.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 4.1 Responden Pengguna Aplikasi Shopee	70
Gambar 4.2 Asal Kecamatan Responden	70
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	71
Gambar 4.4 Usia Responden	71
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas	94

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	113
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Responden	117
Lampiran 3 Transformasi Data <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)...	129
Lampiran 4 Hasil Analisis Data.....	142