

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR..... xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

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 Waktu Penelitian..... 12

1.5.1 Lokasi Penelitian 12

1.5.2 Waktu Penelitian..... 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 13

2.1 Tinjauan Pustaka 13

3.4.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	35
3.4.3	Populasi.....	36
3.4.4	Sampel	36
3.5	Model Penelitian	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1	Alat analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	37
3.6.2	Pengembangan <i>Path</i> Diagram	38
3.6.3	Konversi <i>Path</i> ke Dalam Persamaan	39
3.6.4	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model.....	41
3.6.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	41
3.6.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.8	Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis	45
3.6.9	Interpretasi dan Modifikasi Model	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Karakteristik Responden.....	46
4.1.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	47
4.1.2.1	Uji Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)	
		47
4.1.3	Evaluasi Atas Asumsi - Asumsi SEM	52
4.1.3.1	Uji Normalitas.....	52
4.1.3.2	Evaluasi <i>Outlier</i>	53
4.1.3.3	Evaluasi Multikolineritas dan Singularitas	55

4.1.3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
4.1.4 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	59
4.1.5 Pengujian Hipotesis	61
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pengaruh <i>Live streaming</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Konsumen Produk <i>Skincare</i> Skintific Di Tasikmalaya	64
4.2.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repeat Purchase</i> Pada Konsumen Produk <i>Skincare</i> Skintific Di Tasikmalaya	65
4.2.3 Pengaruh <i>Live streaming</i> terhadap <i>Repeat Purchase</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> sebagai variabel mediasi Pada Konsumen Produk <i>Skincare</i> Skintific Di Tasikmalaya.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

	Judul	Halaman
1	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
	Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	33
	Tabel 3.2 Tabel Pengembangan Model Basis Teori	38
	Tabel 3.3 Model Persamaan Struktural.....	40
	Tabel 3.4 Model Pengukuran.....	40
	Tabel 3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit Index</i>).....	43
	Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
	Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
	Tabel 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	49
	Tabel 4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	51
	Tabel 4.5 Tabel Uji Normalitas	52
	Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Univariate Outliers</i>	53
	Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Multivariate outliers</i>	54
	Tabel 4.8 Uji Validitas Dan Reabilitas	56
	Tabel 4.9 Uji Reliabilitas <i>Construct Reliability</i>	57
	Tabel 4.10 Uji Reliabilitas <i>AVE</i>	59
	Tabel 4.11 Uji Full <i>Goodnes of Fit SEM</i>	60
	Tabel 4.12 Uji Hipotesis	61
	Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis Variabel Mediasi	63

DAFTAR GAMBAR

Judul	Halaman
Gambar 1.1 Peramalan Pertumbuhan Industri Skincare di Indonesia	2
Gambar 1.2 5 brand kecantikan teratas di TikTok	2
Gambar 1.3 Live streaming Skincare Skintific.....	6
Gambar 1.4 Permasalahan Repeat Purchase.....	8
Gambar 3.1 Model Penelitian	37
Gambar 3.2 Path Diagram Penelitian	39
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	48
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modeling	60

DAFTAR LAMPIRAN

Judul	Halaman
Lampiran 1. Waktu Penelitian.....	76
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian.....	77
Lampiran 3. Tabulasi Kuisisioner	80
Lampiran 4. Hasil Output Amos	84