

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka berfikir.....	9
F. Hipotesis.....	12
G. Penelitian Terdahulu.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Konsep Umum.....	17
B. Etika Bisnis Islam.....	17
C. Kualitas Pelayanan.....	31
D. Loyalitas Pelanggan.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	54
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	55
C. Populasi dan Sampel.....	56
D. Teknik Pengumpulan Data.....	58
E. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	63
G. Tempat dan Waktu Penelitian.....	69
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	71
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	74
C. Hasil Analisis Data.....	98
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	113
BAB V PENUTUP	118
E. Simpulan.....	118
F. Saran.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel	59
Tabel 3.2 Skala Likert	63
Tabel 3.3 Klasifikasi TCR	64
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	70
Tabel 4.1 Ringkasan Data TikTok Shop 2025.....	73
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Kelompok Usia	75
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Pendidikan.....	77
Tabel 4.5 Pengalaman Belanja di TikTok Shop	75
Tabel 4.6 Pengalaman Belanja selama Satu Tahun.....	78
Tabel 4.7 Hail Kuesioner Pernyataan 1	81
Tabel 4.8 Hail Kuesioner Pernyataan 2	81
Tabel 4.9 Hail Kuesioner Pernyataan 3	82
Tabel 4.10 Hail Kuesioner Pernyataan 4	83
Tabel 4.11 Hail Kuesioner Pernyataan 5.....	83
Tabel 4.12 Hail Kuesioner Pernyataan 6	84
Tabel 4.13 Hail Kuesioner Pernyataan 7	84
Tabel 4.14 Hail Kuesioner Pernyataan 8	85
Tabel 4.15 Hail Kuesioner Pernyataan 9	86
Tabel 4.16 Hail Kuesioner Pernyataan 10	86
Tabel 4.17 Hail Kuesioner Pernyataan 11	87
Tabel 4.18 Hail Kuesioner Pernyataan 12	88
Tabel 4.19 Hail Kuesioner Pernyataan 13	88
Tabel 4.20 Hail Kuesioner Pernyataan 14	89
Tabel 4.21 Hail Kuesioner Pernyataan 15	89
Tabel 4.22 Hail Kuesioner Pernyataan 16	90
Tabel 4.23 Hail Kuesioner Pernyataan 17	91
Tabel 4.24 Hail Kuesioner Pernyataan 18	91
Tabel 4.25 Hail Kuesioner Pernyataan 19	92

Tabel 4.26 Hail Kuesioner Pernyataan 20	92
Tabel 4.27 Hail Kuesioner Pernyataan 21	93
Tabel 4.28 Hail Kuesioner Pernyataan 22	94
Tabel 4.29 Hail Kuesioner Pernyataan 23	94
Tabel 4.30 Hail Kuesioner Pernyataan 24	95
Tabel 4.31 Hail Kuesioner Pernyataan 25	96
Tabel 4.32 Hail Kuesioner Pernyataan 26	96
Tabel 4.33 Hail Kuesioner Pernyataan 27	97
Tabel 4.34 Hail Kuesioner Pernyataan 28	98
Tabel 4.35 Uji Validitas terhadap Butir-Butir Pernyataan	99
Tabel 4.36 Hasil Uji Reabilitas Per Variabel.....	100
Tabel 4.37 Cronbach's Alpha.....	102
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolinearitas	105
Tabel 4.40 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	106
Tabel 4.41 Uji Regresi Linear	108
Tabel 4.42 Hasil Uji t (t-test).....	109
Tabel 4.43 Hasil Uji F (F-test).....	111
Tabel 4.44 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2024	1
Gambar 1.2 Distribusi GMV Global TikTok Shop.....	5
Gambar 1.3 Kontribusi GMV Global TikTok Shop	5
Gambar 1.4 Kerangka Berpikir	12
Gambar 2.1 <i>Profit Generator System</i>	49
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas.....	51
Gambar 4.1 Logo TikTok Shop Sebelum Merger	72
Gambar 4.2 Logo TikTok Shop Setelah Merger.....	72
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	76
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	77
Gambar 4.6 Pengalaman Belanja di TikTok Shop.....	78
Gambar 4.7 Pengalaman Belanja selama Satu Tahun.....	79
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	104
Gambar 4.9 Grafik Scatterplot.....	107

