

Tabel 4. 16	Tanggapan Responden terhadap Konten Soft Selling yang Konsisten Mampu Membentuk Kesan Positif terhadap Merek atau Produk	75
Tabel 4. 17	Rekapitulasi Kuesioner Variabel Soft Selling	76
Tabel 4. 18	Pedoman Interpretasi.....	78
Tabel 4. 20	Tanggapan Responden tentang Keputusan Membeli Produk di TikTok Shop Ditentukan oleh Kejelasan Informasi Produk yang Disampaikan.....	79
Tabel 4. 21	Tanggapan Responden tentang Keputusan Membeli Produk di TikTok Shop Dilakukan karena Informasi Terkait Produk Sesuai dengan Kebutuhan yang Diinginkan	80
Tabel 4. 22	Tanggapan Responden tentang Tidak dapat Keraguan dalam Memutuskan untuk Membeli Produk yang Dipromosikan	80
Tabel 4. 23	Tanggapan Responden tentang Keyakinan untuk Membeli Produk Meningkat Setelah Memperoleh Informasi yang Lengkap Mengenai Produk Tersebut.....	81
Tabel 4. 24	Tanggapan Responden tentang Produk yang Memberikan Pengalaman Positif Layak Direkomendasikan kepada Orang Lain ...	82
Tabel 4. 25	Tanggapan Responden tentang Keinginan untuk Menyarankan Produk kepada Teman atau Kerabat Muncul Setelah Merasa Puas terhadap Produk yang Dibeli.....	83
Tabel 4. 26	Tanggapan Responden tentang Informasi Mengenai Produk yang Dianggap Baik Cenderung Dibagikan kepada Orang Lain.....	83
Tabel 4. 27	Tanggapan Responden tentang Produk yang Memberikan Manfaat Sesuai Harapan Cenderung Direkomendasikan kepada Orang Lain .	84
Tabel 4. 28	Tanggapan Responden tentang Kemudahan Transaksi di TikTok Shop Mendorong Keinginan untuk Berbelanja Kembali pada Platform Tersebut	85
Tabel 4. 29	Tanggapan Responden tentang Keamanan dan Kemudahan Metode Pembayaran, seperti COD atau E-wallet, Meningkatkan Keinginan untuk Melakukan Transaksi Kembali.....	85
Tabel 4. 30	Tanggapan Responden tentang Pembelian Ulang akan Dilakukan Apabila Kualitas Produk Tetap Konsisten.....	86
Tabel 4. 31	Tanggapan Responden tentang Kepuasan terhadap Produk dan Layanan yang Diterima Mendorong Keinginan untuk Melakukan Pembelian Kembali	87
Tabel 4. 32	Rekapitulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	88
Tabel 4. 33	Pedoman Interpretasi.....	90
Tabel 4. 34	Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi X terhadap Y.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 TikTok Shop Gross Merchandise Value	1
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Logo Platform TikTok Shop.....	59

