

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis.....	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	10
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3 Merek	11

2.1.4 Citra Merek.....	12
2.1.5 Harga	13
2.1.6 Kepercayaan Pelanggan	13
2.1.7 Nilai	14
2.1.8 Niat Beli Ulang.....	15
2.2 Kerangka Pemikiran.....	16
2.3 Hipotesis Penelitian.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	25
3.2.1 Operasional Variabel	25
3.2.2 Skala Pengukuran.....	28
3.3 Tahapan Penelitian.....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel	32
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1 Analisis Deskriptif	35
3.7 <i>Pilot Test</i>	36
3.8 <i>Struktur Equation Modeling</i> (SEM)	43
3.9 Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
3.9.1 Uji Validitas	44
3.9.2 Uji Reabilitas	44
3.1 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	45

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Karakteristik Responden.....	48
4.1.1	<i>Screening Question</i>	48
4.1.2	Karakteristik Responden Penelitian.....	51
4.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1	Tanggapan Responden Terkait <i>Brand Image</i>	55
4.2.2	Tanggapan Responden Terkait <i>Price</i>	59
4.2.3	Tanggapan Responden Terkait <i>Trust</i>	62
4.2.4	Tanggapan Responden Terkait <i>Value</i>	66
4.2.5	Tanggapan Responden Terkait <i>Repurchase Intention</i>	68
4.3	Hasil Pengujian Model Struktural <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	71
4.3.1	Pengujian Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	73
4.3.1.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	73
4.3.1.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	77
4.3.1.3	Uji Reliabilitas.....	79
4.3.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.3.2.1	Uji <i>R Square</i>	80
4.3.2.2	Uji <i>Q Square/Predictive Relevance</i>	81
4.3.2.3	Uji <i>F Square</i>	82
4.3.2.4	Uji Multikolonieritas/ <i>Collinearity Statistics</i> (VIF).....	83
4.3.2.5	Uji Model Fit.....	84
4.3.2.6	Pengujian Hipotesis.....	85
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.4.1	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	91
4.4.2	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	94
5.2.1	Aspek Praktis.....	95
5.2.2	Aspek Teoritis.....	95

