

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Ruang Lingkup.....	12
2.1.1 <i>Brand Credibility</i>	12
2.1.2 <i>Customer satisfaction</i>	13
2.1.3 <i>Customer Loyalty</i>	14
2.1.4 <i>Revisit Intention</i>	14
2.1.5 <i>Word of mouth</i>	15
2.2 Pengajuan Hipotesis	16
2.2.1 Hubungan antara <i>Brand Credibility</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	16
2.2.2 Hubungan antara <i>Brand Credibility</i> dengan <i>Customer satisfaction</i>	17
2.2.3 Hubungan antara <i>Customer satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	17
2.2.4 Hubungan antara <i>Revisit Intention</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	18

2.2.5 Hubungan antara <i>Customer satisfaction</i> dengan <i>Revisit Intention</i>	19
2.2.6 Hubungan antara <i>Customer Loyalty</i> dengan <i>Word of mouth</i>	19
2.2.7 Hubungan antara <i>Customer satisfaction</i> dengan <i>Word of mouth</i>	20
2.2.8 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Credibility</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2.9 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Credibility</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Loyalty</i>	21
2.3 Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Objek penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Tipe Penelitian.....	24
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	24
3.5 Populasi dan Sampel	27
3.5.1 Populasi.....	27
3.5.2 Sampel.....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data	29
3.6.1 Data Primer.....	30
3.6.2 Data Sekunder	31
3.7 Metode Analisis Data	32
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	32
3.7.2 Statistik Inferensial	33
3.8 Hasil Uji Pretest.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Jenis Kelamin	51
4.1.2 Usia.....	52
4.1.3 Status Pernikahan.....	53
4.1.4 Pekerjaan.....	54
4.1.5 Pendidikan Terakhir	55
4.1.6 Domisili.....	56

4.1.7 Penghasilan per Bulan.....	56
4.1.8 Total Berkunjung ke Apotek Canon.....	58
4.1.9 Tujuan Membeli Obat ke Apotek Canon.....	58
4.2 Hasil Analisis Data	59
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	60
4.2.2 Statistik Inferensial	67
4.3 Pembahasan	86
4.3.1 <i>Customer Loyalty</i> dipengaruhi Secara Positif dan <i>Significant</i> oleh <i>Brand Credibility</i>	87
4.3.2 <i>Customer Satisfaction</i> dipengaruhi Secara Positif dan <i>Significant</i> oleh <i>Brand Credibility</i>	88
4.3.3 <i>Customer Loyalty</i> dipengaruhi Secara Negatif dan Tidak <i>Significant</i> oleh <i>Customer Satisfaction</i>	89
4.3.4 <i>Word of Mouth</i> dipengaruhi Secara Positif dan <i>Significant</i> oleh <i>Customer Satisfaction</i>	91
4.3.5 Revisit Intention dipengaruhi Secara Positif dan <i>Significant</i> oleh <i>Customer Satisfaction</i>	91
4.3.6 <i>Customer Loyalty</i> dipengaruhi Secara Positif dan <i>Significant</i> oleh <i>Revisit Intention</i>	92
4.3.7 <i>Word of Mouth</i> dipengaruhi Secara Positif dan <i>Significant</i> oleh <i>Customer Loyalty</i>	93
4.3.8 <i>Word of Mouth</i> berpengaruh secara positif dan <i>Significant</i> terhadap <i>Brand Credibility</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	93
4.3.9 <i>Word of Mouth</i> berpengaruh secara positif dan <i>Significant</i> terhadap <i>Brand Credibility</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Loyalty</i>	94
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
4.1 Kesimpulan.....	96
4.2 Keterbatasan dan Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Omzet Apotek Canon Tahun 2021.....	4
Gambar 1.2	Skor Review Apotek Canon	5
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	22
Gambar 3.1	Peta <i>Importance-Performance Map Analysis</i> pada PLS-SEM.	41
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	53
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	55
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	57
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Total Berkunjung ke Apotek Canon.....	58
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Membeli Obat ke Apotek Canon.....	59
Gambar 4.10	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	68
Gambar 4.11	Path Model PLS <i>Algorithm</i>	73
Gambar 4.12	Hasil IPMA <i>Construct</i>	77
Gambar 4.13	Hasil IPMA <i>Indicator</i>	78
Gambar 4.14	Path Model PLS <i>Bootstrapping</i>	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	25
Tabel 3.2	Tanggapan Responden (Skala Likert)	30
Tabel 3.3	Klasifikasi Sikap.....	33
Tabel 3.4	<i>Average Variance Extracted (AVE) Pretest</i>	44
Tabel 3.5	<i>Outer Loading Pretest</i>	44
Tabel 3.6	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Pretest</i>	46
Tabel 3.7	<i>Average Variance Extracted (AVE) Pretest (after)</i>	46
Tabel 3.8	<i>Outer Loadings Pretest (after)</i>	47
Tabel 3.9	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Pretest (after)</i>	47
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas berdasarkan <i>Composite Reliability Pretest</i>	48
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden	50
Tabel 4.2	Klasifikasi Sikap.....	60
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif <i>Brand Credibility</i>	61
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	62
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	63
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif <i>Revisit Intention</i>	65
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i>	66
Tabel 4.8	<i>Average Variance Extracted (AVE) Actual Test</i>	69
Tabel 4.9	<i>Outer Loadings Actual Test</i>	70
Tabel 4.10	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Actual Test</i>	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas berdasarkan <i>Composite Reliability Actual Test</i>	72
Tabel 4.12	Nilai <i>R Square</i>	73
Tabel 4.13	Hasil <i>F Square</i>	74
Tabel 4.14	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	75
Tabel 4.15	<i>Importance dan Performance Construct</i>	76
Tabel 4.16	<i>Importance dan Performance Indicator</i>	78
Tabel 4. 17	Hasil Uji <i>Path Coefficients Bootstrapping (direct effect)</i>	82

Tabel 4.18 Hasil Uji *Path Coefficients Bootstrapping (Specific Indirect Effects)*..... 85



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner	A-1
LAMPIRAN B SmartPLS.....	B-1
LAMPIRAN C Artikel Acuan	C-1
LAMPIRAN D Turnitin.....	D-1

