

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Discount Framing</i>	11
2.2 <i>Brand Reputation</i>	12
2.3 <i>Brand Image</i>	14
2.4 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.5 <i>Repurchase Intention</i>	17
2.6 Pengembangan Hipotesis	18
2.6.1 Hubungan antara <i>Discount Framing</i> dengan <i>Brand Reputation</i> dan <i>Brand Image</i>	18
2.6.2 Hubungan antara <i>Brand Reputation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.6.3 Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.7 Model Penelitian	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Variabel Penelitian	26
3.4 Objek Penelitian	27
3.5 Subjek Penelitian.....	27

3.6 Populasi dan Sampel	28
3.6.1 Metode Penentuan Jumlah Sampel	28
3.6.2 Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.6.3 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	29
3.7 Metode Pengumpulan Data	31
3.7 Data Primer	32
3.7.1.1 Kuesioner	32
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.9 Teknik Analisis Data.....	33
3.9.1 SPSS (Statistical Package for Social Science).....	34
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.2 Profil Demografi Responden.....	40
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili Responden	42
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir Responden.....	42
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	43
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	44
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif <i>Discount Framing</i>	44
4.3.2 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Reputation</i>	45
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Brand Image	46
4.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Customers Satisfaction	47
4.3.5 Analisis Statistik Deskriptif Repurchase Intention	47
4.4 Analisis Statistik Inferensial	48
4.4.1 Model Pengukuran (outer model)	48
4.4.2 Uji Validitas Konvergen	49
4.4.3 Uji Validitas Diskriminan	49
4.4.4 Uji Reliabilitas	50
4.4.5 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
4.4.6 Uji Multikolinieritas	51
4.4.7 Koefisien Determinasi (<i>R-squared</i>)	52
4.5 Hasil Uji Hipotesis	53

4.6 Pembahasan.....	55
BAB V.....	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Teoritis	62
5.3 Implikasi Manajerial	62
5.4 Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
KUESIONER RESPONDEN	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-commerce di Indonesia 2017-2023.....	2
Gambar 1.2 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022.....	4
Gambar 4.1 Outer Model SPLS.....	48
Gambar 4.2 Hasil Bootstrapping.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definsi Konseptual dan Operasional.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas <i>Discount Framing</i>	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Brand Reputation</i>	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	38
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	38
Tabel 3.7 Hasil Uji reliabilitas Uji Pendahuluan.....	39
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan <i>gender</i>	41
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan usia.....	41
Tabel 4.3 Profil responden berdasarkan domisili.....	42
Tabel 4.4 Profil responden berdasarkan Pendidikan akhir.....	42
Tabel 4.5 Profil responden berdasarkan pekerjaan.....	43
Tabel 4.6 <i>Mean Variable Discount Framing</i>	44
Tabel 4.7 <i>Mean Variabel Brand Reputation</i>	46
Tabel 4.8 <i>Mean Variable Brand Image</i>	46
Tabel 4.9 <i>Mean Variable Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4.10 <i>Mean Variable Repurchase Intention</i>	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT.....	49
Tabel 4.13 Hasil uji reliabilitas <i>composite reability</i> dan AVE.....	50
Tabel 4.14 Hasil uji multikolineritas VIF.....	52
Tabel 4.15 Hasil <i>R-squared</i>	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	53