

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I – PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Manajerial .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II – TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Niat Pembelian Kembali .....	12
2.2 Persepsi Harga.....	14
2.3 Persepsi Penampilan.....	16
2.4 Kepribadian Merek.....	16
2.5 Preferensi Merek .....	18
2.6 Pengalaman Merek.....	20
2.8 Hubungan Antar Variabel .....	21
2.8.1 Hubungan antara Persepsi Harga dan Preferensi Merek.....	21

2.8.2 Hubungan antara Persepsi Penampilan dan Preferensi Merek.....	22
2.8.3 Hubungan antara Personalitas Merek dan Preferensi Merek.....	23
2.8.4 Hubungan antara Persepsi Harga dan Pengalaman Merek .....	24
2.8.5 Hubungan antara Persepsi Penampilan dan Pengalaman Merek .....	24
2.8.6 Hubungan antara Personalitas Merek dan Pengalaman Merek.....	25
2.8.7 Hubungan antara Pengalaman Merek dan Preferensi Merek.....	25
2.8.8 Hubungan antara Preferensi Merek dan Niat Pembelian Kembali .....	26
2.8.9 Hubungan antara Pengalaman Merek dan Niat Pembelian Kembali...	27
2.3 Model Penelitian .....	28
<b>BAB 3 – METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Objek Penelitian .....	30
3.2 Unit Analisis .....	31
3.3 Tipe Penelitian .....	32
3.4 Tabel Operasionalisasi Variabel .....	33
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1 Jumlah Sampel .....	37
3.5.2 Metode Pengumpulan Sampel .....	37
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.6.1 Data Primer .....	38
3.6.2 Data Sekunder.....	39
3.7 Metode Analisis Data.....	39
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	40
3.7.2 Structural Equation Model & Partial Least Square (PLS-SEM).....	40
3.7.2.1 Outer Model .....	41
3.7.2.1.1 Reliabilitas .....	41
3.7.2.1.2 Validitas Konvergen .....	41
3.7.2.1.3 Validitas Diskriminan.....	42
3.7.2.2 Inner Model.....	43
3.7.2.2.1 Uji Multikolinearitas .....	43
3.7.2.2.2 Uji Koefisien Determinasi .....	43

3.7.2.2.3 Uji Hipotesis .....	44
3.8 Pre-Test .....	45
3.8.1 Reliabilitas .....	45
3.8.2 Validitas Konvergen .....	45
3.8.3 Validitas Diskriminan .....	47
<b>BAB 4 – HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Profil Responden Pengujian Aktual .....	48
4.1.1 Statistik Deskriptif .....	51
4.1.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	51
4.1.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Penampilan.....	52
4.1.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Personalitas Merek .....	53
4.1.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Preferensi Merek .....	53
4.1.1.5 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Merek .....	54
4.1.1.6 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Merek .....	55
4.1.2 Statistik Inferensial .....	56
4.1.2.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	56
4.1.2.1.1 Uji Reliabilitas .....	57
4.1.2.1.2 Uji Validitas Konvergen .....	57
4.1.2.1.3 Uji Validitas Diskriminan.....	59
4.1.2.2 Inner Model.....	59
4.1.2.2.1 Uji Multikolinearitas .....	60
4.1.2.2.2 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	61
4.1.2.2.3 Uji Hipotesis .....	62
4.2 Pembahasan.....	68
<b>BAB 5 – KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Implikasi Teoritis .....	75
5.3 Implikasi Manajerial .....	76
5.4 Batasan Penelitian .....	77

5.5 Rekomendasi ..... 78

**DAFTAR PUSTAKA ..... 79**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 - Tabel Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel .....	34
Tabel 3.2 - Pre-Test Reliabilitas .....	46
Tabel 3.3 - Pre-Test Validitas Konvergen.....	46
Tabel 3.4 – Validitas Diskriminan .....	48
Tabel 4.1 – Responden Pengujian Aktual .....	50
Tabel 4.2 - Kategori Jawaban pada Skala Likert .....	52
Tabel 4.3 - Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	52
Tabel 4.4 - Statistik Deskriptif Persepsi Penampilan.....	53
Tabel 4.5 - Statistik Deskriptif Personalitas Merek .....	54
Tabel 4.6 - Statistik Deskriptif Preferensi Merek .....	55
Tabel 4.7 - Statistik Deskriptif Brand Experience .....	55
Tabel 4.8 - Statistik Deskriptif Niat Pembelian Kembali .....	56
Tabel 4.9 - Analisis Reliabilitas .....	58
Tabel 4.10 - Analisis Validitas Konvergen.....	59
Tabel 4.11 – Validitas Diskriminan (Hetero-Monotrait Test) .....	60
Tabel 4.12 - Klasifikasi VIF.....	62
Tabel 4.13 – Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.14 – Koefisien Determinasi .....	62
Tabel 4.15 – Uji Hipotesis .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 - Total Populasi Indonesia dari Tahun 2016-2026* .....	1
Gambar 1.2 - Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia dari Tahun 2017 Sampai Tahun 2026.....	2
Gambar 1.3 - Penetrasi <i>Smartphone</i> di Indonesia dari Tahun 2017 sampai Tahun 2026 .....	3
Gambar 1.4 - Pangsa Pasar Merek <i>Smartphone</i> Samsung di Dunia .....	5
Gambar 1.5 - Pangsa Pasar Merek <i>Smartphone</i> Samsung di Indonesia .....	6
Gambar 2.1 - Model Penelitian .....	30
Gambar 4.1 - Hasil Model Pengukuran (Outer Model) .....	57
Gambar 4.2 - Hasil Model Pengukuran (Inner Model) .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Laporan Turnitin .....	A-1
Lampiran B - Hasil Pengujian SmartPLS .....	B-1
Lampiran C - Kuesioner Actual Test .....	C-1

