

DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Karya Tugas Akhir	ii
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	iii
Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir	iv
Persetujuan Tim Penguji Tugas Akhir	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Bab 1 – Latar Belakang	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
Bab 2 – Tinjauan Pustaka	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.2 <i>Price Fairness</i>	12
2.1.3 <i>Product Quality</i>	13
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	15
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.6 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Perkembangan Hipotesis	18
2.3 Kerangka Penelitian	20
Bab 3 – Metodologi	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Unit Analisis	22
3.3 Jenis Penelitian	23
3.3.1 Skala Pengukuran	24
3.4 Tabel Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.1 - Tabel Operasionalisasi Variabel	26
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.5.1 Menentukan Ukuran Sampel	29
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	31
3.7.1 Uji Reliabilitas	32
3.7.2 Uji Validitas	32
3.8 Metode Analisis Data	33

3.9 Uji Penelitian.....	34
3.9.1 Hasil Uji Reliabilitas	35
3.9.2 Hasil Uji Validitas	36
Bab 4 – Hasil Diskusi dan Analisis	40
4.1 Hasil Analisis	40
4.1.1 Data diri Responden.....	41
4.1.2 Deskriptif Statistik	44
4.1.3 Evaluasi Outer Model	52
4.1.3.1 Uji Reliabilitas	52
4.1.3.2 Uji Validitas	53
4.1.4 Evaluasi Inner Model	57
4.1.5 <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	60
4.2 Diskusi	63
Bab 5 – Kesimpulan dan Saran	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi Manajerial	72
5.3 Limitasi dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
Daftar Pustaka.....	74
Lampiran	
Laporan Turnitin	A1
Kuesioner <i>Actual Test</i>	B1
Hasil Pengujian SmartPLS	C1

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 - Tabel Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3.2 - Menentukan Populasi.....	34
Tabel 3.3 - Hasil <i>Composite Reliability Pretest</i> setelah Eliminasi.....	41
Tabel 3.4 - Hasil <i>Cronbach's Alpha Pretest</i> setelah Eliminasi	41
Table 3.5 - Validitas <i>Konvergen Pretest</i> setelah Eliminasi.....	42
Tabel 3.6 - Pretest <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Setelah Eliminasi.....	44
Tabel 3.7 - <i>Pretest Heterotrait-Monotrait Ratio</i> setelah Eliminasi.....	44
Tabel 4.1 - Kategori Berdasarkan Nilai Rata-Rata.....	49
Tabel 4.2 - <i>Brand Awareness</i>	49
Tabel 4.3 - <i>Price Fairness</i>	50
Tabel 4.4 - <i>Product Quality</i>	51
Tabel 4.5 - <i>Customer Satisfaction</i>	52
Tabel 4.6 - <i>Perceived Value</i>	52
Tabel 4.7 - <i>Customer Loyalty</i>	53
Tabel 4.8 - <i>Composite Reliability</i>	54
Tabel 4.9 - <i>Cronbach's α</i>	55
Tabel 4.10 - Validitas Konvergen setelah Eliminasi	56
Tabel 4.11 - <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Setelah Eliminasi.....	58
Tabel 4.12 - <i>Actual Test Heterotrait-Monotrait Ratio</i> setelah Eliminasi.....	58
Tabel 4.13 - <i>R-Squared</i>	60
Tabel 4.14 - <i>Multicollinearity Statistics</i>	60
Tabel 4.15 – Uji Hipotesis	61
Tabel 4.16 - <i>Q Squared</i>	64
Tabel 4.17 - <i>F Squared</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 - Persentasi Penggunaan Produk Skincare Sebelum dan saat pandemi	1
Gambar 2.1 – Kerangka Penelitian	26
Gambar 4.1 – Rasio Kelompok Umur	40
Gambar 4.2 – Rasio Pekerjaan Responden	41
Gambar 4.3 – Rasio Domisili Responden.....	41
Gambar 4.4 – Rasio Frekuensi Pembelian.....	42
Gambar 4.5 – Rasio Biaya yang dikeluarkan	43

