

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB 2 TINJAUAN LITERATUR.....	12
2.1 <i>Brand Awareness</i>	12
2.2 <i>Brand Image</i>	15
2.3 <i>Brand Love</i>	17
2.4 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.5 <i>Purchase Decision</i>	22
2.6 <i>Repurchase Intention</i>	24
2.7 Pengembangan Hipotesis	27
2.7.1 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.7.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Purchase Decision</i>	28
2.7.3 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.7.4 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Purchase Decision</i>	31
2.7.5 Hubungan <i>Brand Love</i> dan <i>Purchase Decision</i>	32
2.7.6 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	33

2.7.7 Hubungan <i>Purchase Decision</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	34
2.8 Model Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Objek Penelitian	36
3.2 Unit Analisis dan Subjek Penelitian	36
3.3 Jenis Penelitian.....	37
3.3.1 Skala Pengukuran	38
3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	41
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	42
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7 Metode Analisis Data.....	43
3.8 Uji Instrumen Penelitian	43
3.8.1 Statistik Deskriptif	43
3.8.2 Uji Statistik Inferensial	44
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	44
3.8.4 Uji Validitas.....	45
3.8.5 Analisis <i>Outer Model</i>	46
3.8.6 Analisis <i>Inner Model</i>	46
3.8.7 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.2 Profil Demografi Responden	48
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	49
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.3 Analisis Deskriptif	52
4.3.1 Analisa Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	52
4.3.2 Analisa Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	53
4.3.3 Analisa Statistik Deskriptif <i>Brand Love</i>	53

4.3.4 Analisa Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	54
4.3.5 Analisa Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	55
4.3.6 Analisa Statistik Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	56
4.4 Analisis Statistik Inferensial	57
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
4.4.2 Uji Validitas Konvergen I.....	57
4.4.3 Uji Validitas Konvergen II	58
4.4.4 Uji Validitas Diskriminan.....	59
4.4.5 Uji Reliabilitas.....	59
4.4.6 Uji Multikolinearitas	60
4.4.7 Koefisien Determinasi (<i>R-Squared</i>)	61
4.5 Hasil Uji Hipotesis	62
4.6 Pembahasan.....	64
4.6.3 <i>Brand Awareness</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i> . 64	
4.6.4 <i>Brand Awareness</i> berpengaruh positif terhadap <i>Purchase Decision</i>	65
4.6.5 <i>Brand Image</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	66
4.6.6 <i>Brand Image</i> berpengaruh positif terhadap <i>Purchase Decision</i>	66
4.6.7 <i>Brand Love</i> berpengaruh positif terhadap <i>Purchase Decision</i>	67
4.6.8 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Repurchase Intention</i>	68
4.6.9 <i>Purchase Decision</i> berpengaruh positif terhadap <i>Repurchase Intention</i> 68	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Implikasi Teoritis	72
5.3 Implikasi Manajerial	72
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	74
LAMPIRAN.....	A

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 MODEL PENELITIAN	35
GAMBAR 4.1 HASIL <i>OUTER MODEL</i>	57



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 LIST E-COMMERCE.....	3
TABEL 3.1 PENGUKURAN VARIABEL PENELITIAN.....	38
TABEL 3.2 DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	39
TABEL 3.3 HASIL MEAN ANALISIS DESKRIPTIF	44
TABEL 4.1 FREKUENSI RESPONDEN	48
TABEL 4.2 PROFIL RESPONDEN SEBERAPA LAMA MENJADI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA	49
TABEL 4.3 PROFIL RESPONDEN JENIS KELAMIN	49
TABEL 4.4 PROFIL RESPONDEN DOMISILI	49
TABEL 4.5 PROFIL RESPONDEN USIA	50
TABEL 4.6 PROFIL RESPONDEN PENDIDIKAN TERAKHIR	51
TABEL 4.7 PROFIL RESPONDEN PEKERJAAN	51
TABEL 4.8 DESKRIPTIF <i>BRAND AWARENESS</i>	52
TABEL 4.9 DESKRIPTIF <i>BRAND IMAGE</i>	53
TABEL 4.10 DESKRIPTIF <i>BRAND LOVE</i>	53
TABEL 4.11 DESKRIPTIF <i>CUSTOMER SATISFACTION</i>	54
TABEL 4.12 DESKRIPTIF <i>PURCHASE DECISION</i>	55
TABEL 4.13 DESKRIPTIF <i>REPURCHASE INTENTION</i>	56
TABEL 4.14 UJI VALIDITAS KONVERGEN I	57
TABEL 4.15 UJI VALIDITAS KONVERGEN II	58
TABEL 4.16 HASIL UJI VALIDITAS DISKRIMINAN HTMT.....	59
TABEL 4.17 HASIL UJI RELIABILITAS COMPOSITE RELIABILITY DAN AVE.....	59
TABEL 4.18 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS VIF.....	60
TABEL 4.19 UJI KOEFISIEN DETERMINASI	61
TABEL 4.20 HASIL UJI HIPOTESIS	62