

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	12
2.1 Repurchase Intention.....	12
2.2 Functional Value.....	16
2.2.1 Price Value.....	16
2.2.2 Health Consciousness.....	18
2.2.3 <i>Food safety concern</i>	20
2.3 Social Value (Prestige)	21
2.4 Conditional Value (Affordances)	24
2.5 Epistemic Value (Visibility)	25
2.6 Customer Satisfaction.....	26

2.7 Kajian Antar Variabel.....	30
2.7.1 Kaitan antara Price dengan Customer Satisfaction.....	30
2.7.2 Kaitan antara Health Consciousness dengan Customer Satisfaction.....	31
2.7.3 Kaitan antara <i>Food safety concern</i> dengan Customer Satisfaction.....	32
2.7.4 Kaitan antara Social Value (Prestige) dengan Customer Satisfaction.....	33
2.7.5 Kaitan antara Affordance dengan Customer Satisfaction.....	34
2.7.6 Kaitan antara Visibility dengan Customer Satisfaction.....	35
2.7.7 Kaitan antara Consumer Satisfaction dengan Repurchase Intention.....	36
2.8 Model Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Unit Analisis.....	39
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	45
3.4.2 Metode Pengambilan Sampel.....	45
3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Data Primer.....	46
3.5.2 Data Sekunder.....	47
3.6 Metode Analisa Data.....	48
3.6.1 Partial Least Square (PLS).....	48
3.6.2 Evaluasi Model.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Profil Demografi Responden.....	53
4.2 Analisis Deskriptif.....	54

4.2.1 Statistik Deskriptif Price Value.....	55
4.2.2 Statistik Deskriptif Prestige.....	57
4.2.3 Statistik Deskriptif Health Consciouness.....	58
4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Food safety concern</i>	59
4.2.5 Statistik Deskriptif Affordances.....	60
4.2.6 Statistik Deskriptif Visibility.....	62
4.2.7 Statistik Deskriptif Customer Satisfaction.....	63
4.2.8 Statistik Deskriptif Repurchase Intention.....	65
4.3 Analisis Inferensial.....	65
4.3.1 Hasil Outer Model.....	65
4.3.2 Hasil Inner Model (Model Struktural).....	72
4.4 Pembahasan.....	83
4.4.1 Pengaruh antara <i>Price Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	83
4.4.2 Pengaruh antara <i>Health Consciouness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	84
4.4.3 Pengaruh antara <i>Food safety concern</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	85
4.4.4 Pengaruh antara <i>Social Value (Prestige)</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	86
4.4.5 Pengaruh antara <i>Affordances</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	87
4.4.6 Pengaruh antara <i>Visibility</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	88
4.4.7 Pengaruh antara <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	89
BAB V KESIMPULAN.....	91
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	91
5.2 Implikasi Manajerial.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	95