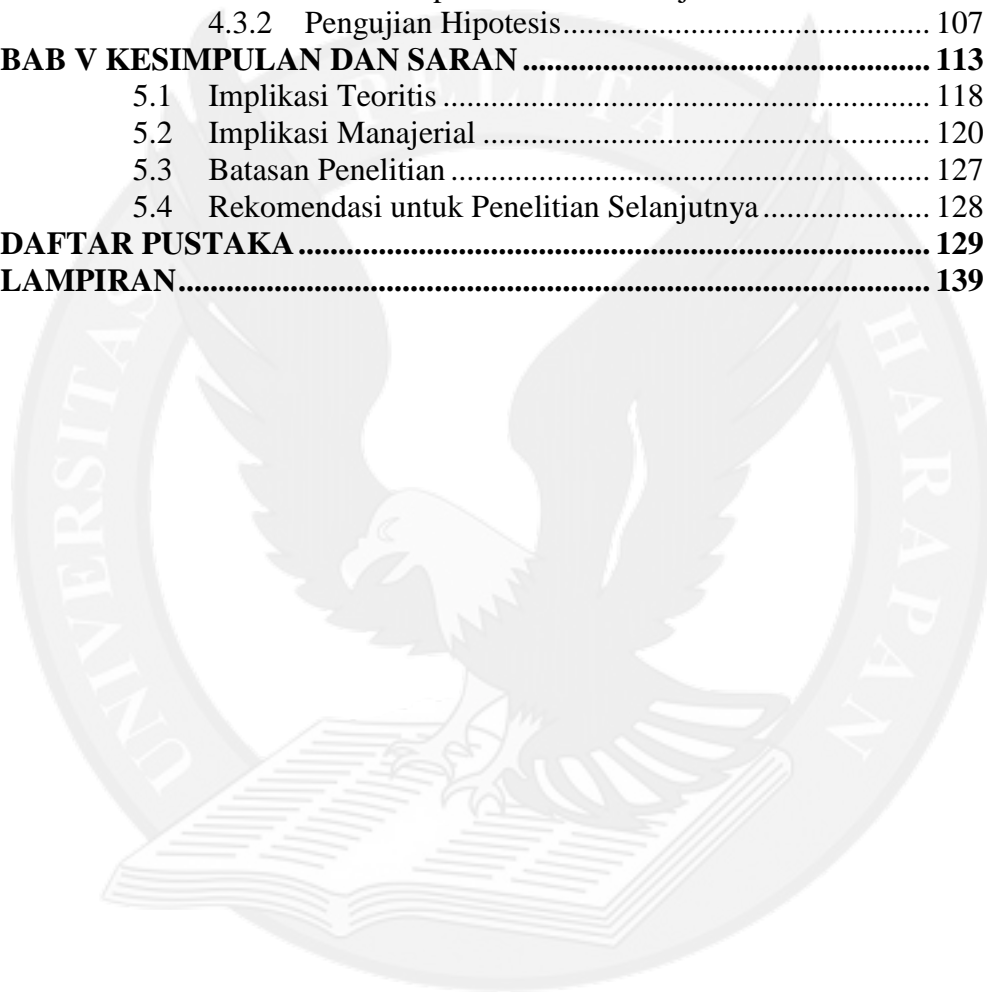


DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori Variabel Yang Digunakan	17
2.1.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	17
2.1.2 <i>Consumer Perception Of Quality</i>	19
2.1.3 <i>Brand Loyalty</i>	21
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i>	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Dipengaruhi <i>Attractiveness, Familiarity, Dan Trustworthiness</i> <i>Terhadap Repurchase Intention</i> “.....	25
2.2.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap <i>Consumer Perception of Quality</i>	28
2.2.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap <i>Brand</i> <i>Loyalty</i>	29
2.2.4 Pengaruh <i>Consumer Perception of Quality</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	29
2.2.5 Pengaruh <i>Consumer Perception of Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	31
2.2.6 Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Repurchase</i> <i>Intention</i>	33
2.2.7 <i>Negative Publicity</i> Memoderasi Pengaruh <i>Celebrity</i> <i>Endorsement Terhadap Repurchase Intention</i> “ 35	35
2.2.8 <i>Age</i> Memoderasi Hubungan Antara <i>Consumer</i> <i>Perception of Quality Pada Repurchase Intention</i> . 37	37
2.2.9 <i>Gender</i> Memoderasi Hubungan Antara <i>Consumer</i> <i>Perception of Quality Pada Repurchase Intention</i> . 39	39
2.3 Model Penelitian dan Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42

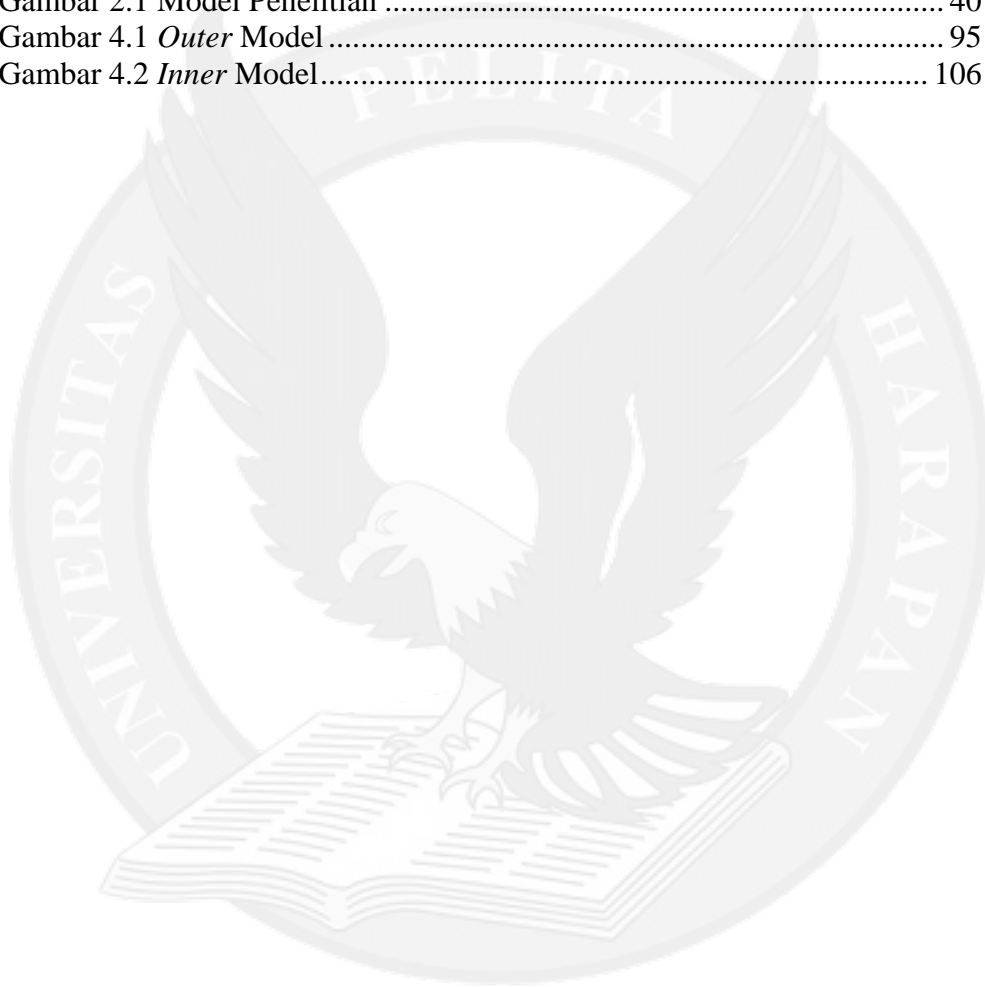
3.1	Paradigma Penelitian.....	42
3.2	Desain Penelitian.....	43
3.3	Tipe Tujuan Penelitian	44
3.4	Unit Analisis	45
3.5	Pengukuran Variabel.....	46
3.6	Definisi Konseptual dan Operasional.....	48
3.7	Skala Pengukuran.....	51
3.8	Metode Pengumpulan Data	53
3.8.1	Kuisisioner Elektronik	53
3.9	Etika Pengumpulan Data.....	54
3.10	<i>Sampling</i>	55
3.10.1	<i>Probability Sampling</i>	56
3.10.2	<i>Non-Probability Sampling</i>	57
3.11	Ukuran Sampel.....	59
3.12	Metode Analisis Data	60
3.12.1	<i>Statistik Deskriptif</i>	60
3.12.2	<i>Statistik Inferensial</i>	60
3.13	<i>Goodness of Data</i>	61
3.13.1	<i>Reliability</i>	61
3.13.2	<i>Validity</i>	63
3.14	<i>Struktural Equation Model (SEM)</i>	64
3.15	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	66
3.16	<i>Preliminary Test</i>	67
3.16.1	Hasil dari <i>Preliminary-test Validity</i>	68
3.16.1.1	Hasil dari <i>Preliminary-test Validitas Konvergen</i>	68
3.16.1.2	Hasil dari <i>Preliminary-test Realibilitas</i> ...	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		77
4.1	Profil Responden.....	77
4.1.1	Jenis Kelamin	78
4.1.2	Usia	79
4.1.3	Domisili.....	79
4.1.4	Pendidikan Akhir	80
4.1.5	Pekerjaan	80
4.1.6	Lama Mengkonsumsi Produk Yellow Fit Kitchen.	81
4.1.7	Lama Mengkonsumsi Yellow Fit Kitchen dalam 1 bulan.....	82
4.1.8	Endorser Yellow Fit Kitchen Yang Diketahui	83
4.2	Uji Aktual.....	83
4.2.1	Statistik Deskriptif	83
4.2.2	Statistik Inferensial.....	87
4.2.2.1	Validitas Konvergen – Uji Aktual	87
4.2.2.2	Validitas Diskriminan – Uji Aktual.....	90
4.2.2.3	Common Method Bias – Uji Aktual.....	91
4.2.2.4	Realibilitas – Uji Aktual	93
4.2.3	Outer Model	95

4.2.4	Hasil Uji R Square	95
4.2.5	Hasil Uji Q Square	96
4.2.6	<i>Goodness of Fit</i>	97
4.2.6.1	SRMR	98
4.2.6.2	NFI	98
4.2.7	Uji Hipotesis	99
4.2.8	Inner Model	106
4.3	Pembahasan	106
4.3.1	Profil Responden Selaku Subjek Penelitian	106
4.3.2	Pengujian Hipotesis	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		113
5.1	Implikasi Teoritis	118
5.2	Implikasi Manajerial	120
5.3	Batasan Penelitian	127
5.4	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	128
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN		139



DAFTAR GAMBAR

<i>Tabel 1.1 Digital Growth 2020-2023</i>	2
<i>Gambar 1.1 Staying Healthy is the Main Goal</i>	7
<i>Gambar 1.2 Yellow Fit Kitchen</i>	8
<i>Gambar 1.3 Jawaban Explanatory Question</i>	9
<i>Gambar 1.4 Jawaban Explanatory Question</i>	11
<i>Gambar 2.1 Model Penelitian</i>	40
<i>Gambar 4.1 Outer Model</i>	95
<i>Gambar 4.2 Inner Model</i>	106



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Konseptual dan Operational	48
Tabel 3.2	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings Seluruh Indikator	69
Tabel 3.3	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings (Variabel Attractiveness) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70	70
Tabel 3.4	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings (Variabel Familiarity) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70	70
Tabel 3.5	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings (Variabel Trustworthiness) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70	71
Tabel 3.6	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings (Variabel Consumer Perception of Quality) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70.....	71
Tabel 3.7	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen (Variabel Brand Loyalty) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70.....	72
Tabel 3.8	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings (Variabel Negative Publicity) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70	72
Tabel 3.9	Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen Outer Loadings (Variabel Repurchase Intention) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70.....	73
Tabel 3.10	Hasil AVE Seluruh Variabel	74
Tabel 3.11	Hasil Pengujian Realibilitas	75
Tabel 4.1	Persentase Jenis Kelamin Responden.....	78
Tabel 4.2	Persentase Usia Responden	79
Tabel 4.3	Persentase Domisili Responden	79
Tabel 4.4	Persentase Pendidikan Akhir Responden	80
Tabel 4.5	Persentase Pekerjaan Responden.....	81
Tabel 4.6	Lama Mengonsumsi Produk Yellow Fit Kitchen.....	81
Tabel 4.7	Presentase banyaknya responden yang mengonsumsi produk Yellow Fit Kitchen dalam 1 bulan	82
Tabel 4.8	Kategori Jawaban Responden.....	84
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif.....	85
Tabel 4.10	Validitas Konvergen – AVE >0,50 Uji Aktual	89
Tabel 4.11	Validitas Diskriminan – HTMT <0,90 Uji Aktual	90
Tabel 4.12	Collinearity (VIF) Outer VIF Value <0,5 - Uji Aktual	92
Tabel 4.13	Collinearity (VIF) Inner VIF Value <0,5 - Uji Aktual.....	92
Tabel 4.14	Reliabilitas Cronbach's Alpha dan Composite Relability - Uji Aktual	94
Tabel 4.15	Nilai R Square	96
Tabel 4.16	Nilai Q Square	97
Tabel 4.17	Nilai Goodness of Fit - SRMR	98
Tabel 4.18	Nilai Goodness of Fit - NFI.....	98
Tabel 4.19	Uji Hipotesis.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUISIONER PENELITIAN	139
LAMPIRAN B. MODEL PRELIMINARY TEST	149
LAMPIRAN C. MODEL PENGUKURAN UJI AKTUAL FINAL	155
LAMPIRAN D. MODEL STRUKTURAL UJI AKTUAL FINAL	159
LAMPIRAN E. HASIL KUISIONER	165

