

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	II
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	III
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	IV
FORMULIR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	V
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK	IX
ABSTRACT	X
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
LAMPIRAN.....	XVI
BAB 1 PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Keputusan Membeli Kembali (<i>Repurchase intention</i>).....	12
2.2 Norma Subjektif	14

2.3	Sikap.....	16
2.4	Kualitas Produk.....	18
2.5	Harga Produk.....	17
2.6	Pengembangan Hipotesis.....	20
2.6.1	Hubungan <i>Subjective norm</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	20
2.6.2	Hubungan <i>Attitude</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	21
2.6.3	Hubungan <i>Product price</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	22
2.6.4	Hubungan <i>Product quality</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	22
2.7	Kerangka Model.....	23
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1	Objek Penelitian.....	25
3.2	Unit Analisis.....	25
3.3	Tipe Penelitian.....	25
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	26
3.5	Populasi dan Sampel.....	28
3.6	Teknik Pengambilan Sampling.....	29
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.8	Metode Analisis Data.....	30
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	30
3.8.2	Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	30
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1	Profil Responden.....	33
4.2	Statistik Deskriptif.....	35
4.2.1	<i>Repurchase intention</i>	35
4.2.2	<i>Subjective norm</i>	36
4.2.3	<i>Attitude</i>	37

4.2.4	<i>Product price</i>	37
4.2.5	<i>Product quality</i>	38
4.3	Analisa SEM-PLS	38
4.3.1	<i>Outer Model</i>	38
4.3.2	<i>Inner Model</i>	43
4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	46
4.4	Analisa Important Performance Analysis.....	51
4.5	Pembahasan	47
4.5.1	<i>Subjective norm terhadap Repurchase intention</i>	47
4.5.2	<i>Attitude terhadap Repurchase intention</i>	48
4.5.3	<i>Product price terhadap Repurchase intention</i>	49
4.5.4	<i>Product quality terhadap Repurchase intention</i>	50
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Implikasi Manajerial.....	56
5.3	Keterbatasan dan Penelitian Terdahulu	59
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN.....	65
	LAMPIRAN A - Kuisisioner	65
	LAMPIRAN B - Hasil Check Turn It In.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 4.1 Profil Responden.....	33
Tabel 4.2 Kriteria Jawaban Responden.....	35
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif <i>Repurchase intention</i>	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Subjective norm</i>	36
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Attitude</i>	37
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Product price</i>	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Product quality</i>	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen	40
Tabel 4.9 Hasil Analisa Validitas Diskriminan (HTMT).....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.11 Hasil Uji R Square	44
Tabel 4.12 Hasil Uji F Square.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolinearitas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Importance Performance Analysis.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Frekuensi Pembelian Perawatan Kulit	3
Gambar 1.2 Top 5 Brand Perawatan Wajah.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Model.....	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model.....	39
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Inner Model.....	44
Gambar 4.3 Hasil Uji IPMA	53



Lampiran

LAMPIRAN A – Kuisisioner.....	67
LAMPIRAN B – Hasil Check Turn It In.....	70

