

# DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1    PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2    Manfaat Praktis .....	9
1.5    Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2    TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 <i>Repurchase Intention</i> .....	11
2.2 <i>Brand commitment</i> .....	12

2.3	<i>Satisfaction</i> .....	13
2.4	<i>Brand image</i> .....	15
2.5	<i>Perceived quality</i> .....	17
2.6	<i>Social media Activities</i> .....	19
2.6.1	<i>Social media Benefits</i> .....	19
2.6.2	<i>Social media rewards</i> .....	20
2.6.3	<i>Social media Interactivity</i> .....	21
2.7	Pengembangan Hipotesis .....	22
2.7.1	Hubungan antara <i>Brand image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	22
2.7.2	Hubungan antara <i>Brand image</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	23
2.7.3	Hubungan antara <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	24
2.7.4	Hubungan antara <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Brand commitment</i> .....	25
2.7.5	Hubungan antara <i>Social media Benefits</i> terhadap <i>Brand image</i> .....	26
2.8	Model Penelitian .....	30
BAB 3	METODE PENELITIAN .....	31
3.1	Obyek Penelitian .....	31
3.2	Unit Analisis .....	31
3.3	Jenis Penelitian .....	31
3.4	Variabel Penelitian .....	32
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.6	Populasi dan Sampel .....	37
3.7	Metode Analisis Data .....	37
3.7.1	Outer Model .....	38
3.7.2	Inner Model .....	40

BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1	Profil Responden .....	42
4.2	Analisa Deskriptif.....	44
4.2.1	<i>Repurchase Intention</i> .....	44
4.2.2	<i>Brand commitment</i> .....	45
4.2.3	<i>Satisfaction</i> .....	47
4.2.4	<i>Brand image</i> .....	48
4.2.5	<i>Perceived quality</i> .....	49
4.2.6	<i>Social media Benefit</i> .....	50
4.2.7	<i>Social media Rewards</i> .....	52
4.2.8	<i>Social media Interactivity</i> .....	53
4.3	Outer Model .....	54
4.3.1	Validitas Konvergen.....	55
4.3.2	Validitas Diskriminan .....	56
4.3.3	Reliability .....	57
4.4	<i>Inner Model</i> .....	58
4.4.1	Uji Multikolinearitas .....	59
4.4.2	<i>R Square</i> .....	60
4.4.3	<i>F Square</i> .....	61
4.5	Uji Hipotesis.....	62
4.5.1	Uji Parsial.....	62
4.5.2	Uji Mediasi.....	64
4.6	Pembahasan .....	67
4.6.1	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	67

4.6.2	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	69
4.6.3	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	70
4.6.4	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Brand commitment</i> .....	72
4.6.5	Pengaruh <i>Social media Benefits</i> terhadap <i>Brand image</i> .....	74
4.6.6	Pengaruh <i>Social media Rewards</i> terhadap <i>Brand image</i> .....	75
4.6.7	Pengaruh <i>Social media Interactivity</i> terhadap <i>Brand image</i> .....	77
4.6.8	Pengaruh <i>Perceived quality</i> terhadap <i>Brand image</i> .....	78
4.6.9	Pengaruh <i>Perceived quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	80
BAB 5	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Implikasi Manajerial.....	83
5.3	Implikasi Teoritis .....	93
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya .....	93
DAFTAR PUSTAKA	.....	95
LAMPIRAN	.....	1

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	32
Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Lokasi.....	42
Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.4 Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.5 Kriteria Kategori Jawaban Responden.....	44
Tabel 4.6 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	44
Tabel 4.7 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Brand commitment</i> .....	45
Tabel 4.8 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Satisfaction</i> .....	47
Tabel 4.9 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Brand image</i> .....	48
Tabel 4.10 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Perceived quality</i> .....	50
Tabel 4.11 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Social media Benefit</i> .....	51
Tabel 4.12 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Social media Rewards</i> .....	52
Tabel 4.13 Analisis Dekskriptif Variabel <i>Social media Interactivity</i> .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Diskriminan (HTMT).....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliability .....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>R Square</i> .....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji F Square.....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial ( <i>T-Statistic</i> ).....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Perawatan Tubuh dan Kecantikan .....	1
Gambar 1.2 Kategori Produk <i>Skincare</i> terbaik Juni 2022.....	3
Gambar 1.3 Kategori Produk <i>Skincare</i> terbaik Agustus 2022 .....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	30



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner.....	A-1
Lampiran B : Hasil Uji SmartPLS .....	B-1
Lampiran C : Turnitin .....	C-1

