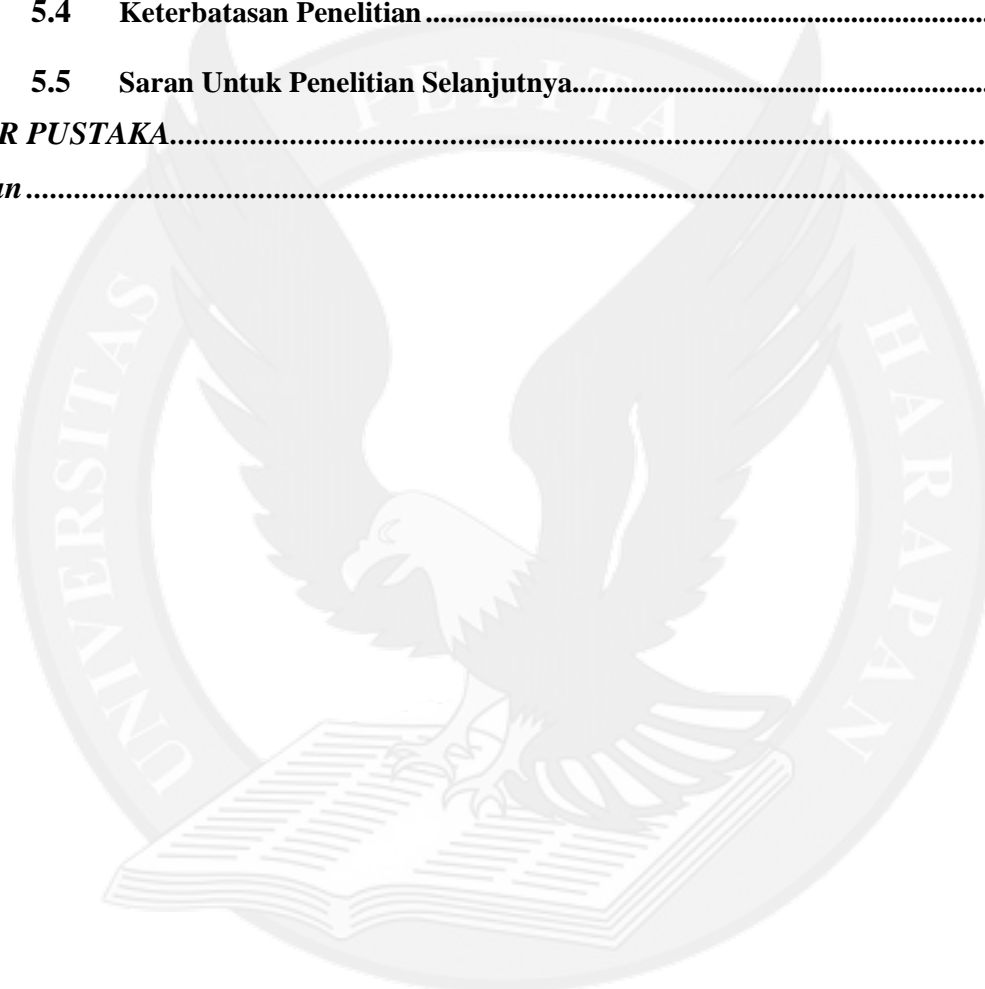


DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II	13
LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Desain Kemasan.....	13
2.1.2 Packaging Benefits.....	14
2.1.3 <i>Perceived Price</i>	15
2.1.4 <i>Perceived Quality</i>	16
2.1.5 Consumer Purchase Decision.....	17
2.2 Pengembangan Hipotesis	19

2.3	Model Penelitian	22
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1	Objek Penelitian	23
3.2	Unit Analisis	23
3.3	Tipe Penelitian	23
3.4	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	25
3.5	Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.5.2	Metode Penarikan Sampel.....	30
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.7	Pengembangan Kuesioner	31
3.8	Metode Analisis Data.....	32
3.8.1	Uji Validitas	32
3.8.2	Uji Realibilitas	33
3.9	Hasil Pre-test	33
3.9.1	Uji Validitas	33
3.9.2	Uji Reliabilitas	38
BAB IV.....	39
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1	Profil Responden.....	39
4.1.1	Jumlah Pembelian Produk HMNS Dalam 3 Bulan Terakhir	39
4.1.2	Jenis Kelamin.....	40
4.1.3	Usia	41
4.1.4	Domisili.....	41
4.1.5	Pendidikan Terakhir.....	42
4.2	Hasil Analisis Data.....	43
4.2.1	Statistik Deskriptif	43
4.2.2	Statistik Inferensial.....	51

4.3	Pembahasan	60
BAB V	64
KESIMPULAN & SARAN	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Implikasi Teoritis.....	65
5.3	Implikasi Manajerial.....	66
5.4	Keterbatasan Penelitian	69
5.5	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Parfum Terlaris di Shopee dan Tokopedia Periode 1-15 Agustus 2021.....	2
Gambar 1. 2 Instagram post Erick Thohir mengenai HMNS.....	4
Gambar 2. 1	22
Gambar 4. 1 Jumlah pembelian produk HMNS responden dalam 3 bulan terakhir	40
Gambar 4. 2 Jenis kelamin responden penelitian	40
Gambar 4. 3 Usia responden penelitian	41
Gambar 4. 4 Domisili responden penelitian.....	42
Gambar 4. 5 Pendidikan terakhir responden penelitian	43
Gambar 4. 6 Path Model PLS Algorithm	52
Gambar 4. 7 Path Model PLS Bootstrapping.....	56
Gambar 4. 8 Produk parfum HMNS Ambar Janma.....	62
Gambar 4. 9 Produk parfum HMNS Scent of a Woman	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional (DKDO)	25
Tabel 3. 2 Skala Likert 1-5	32
Tabel 3. 3 Hasil Pertama Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – Outer Loadings	33
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Kembali Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – Outer Loadings	35
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – AVE	37
Tabel 3. 6 Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan – Fornell and Larcker	37
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas pendahuluan – Composite Reliability	38
Tabel 4. 1 Nilai dan rentang skor untuk statistik deskriptif	44
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel Packaging Design Visual	45
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Packaging Design Verbal.....	46
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Packaging Benefits	47
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Quality	48
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i>	49
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Comsumer Purchase Decisiom.....	50
Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen Aktual – Faktor Loading.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual – AVE	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Diskriminan Aktual– Fornell and Larcker	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas – Composite Reliability.....	55
Tabel 4. 12 Pengujian Koefisien Determinasi	56
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Langsung	57
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis.....	65
Tabel 5. 2 Perbandingan Desain Penelitian	66