

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
1.4.3 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	17
2.1 Variabel-Variabel Penelitian.....	17
2.1.1 Product Quality.....	17
2.1.2 Price.....	19
2.1.3 Promotion.....	21
2.1.4 Lifestyle.....	22

2.1.5 E-WOM.....	23
2.1.6 Health Consciousness	25
2.1.7 Service Quality.....	26
2.1.8 Purchase Decision	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh Product Quality terhadap Purchase Decision.....	32
2.3.2 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	34
2.3.3 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	35
2.3.4 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	36
2.3.5 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	37
2.4.6 Pengaruh <i>Health Consciousness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	38
2.4.7 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	39
2.4 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.5 Model Penelitian.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Unit Analisis	43
3.3 Jenis Penelitian	44
3.4 Pengukuran (Tabel DKDO).....	45
3.5 Populasi Dan Sampel.....	52
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel	53
3.5.2 Metode Penarikan Sampel	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	56
3.7 Skala Pengukuran	57
3.8 Teknik Analisis Data.....	58
3.8.1 Uji Validitas.....	59
3.8.2 Uji Reabilitas	60
3.9 EVALUASI OUTER MODEL	61

3.10 EVALUASI INNER MODEL	62
3.11 UJI STUDI PENDAHULUAN	64
3.11.1 Hasil Uji Reabilitas	68
3.11.2 Hasil Uji Validitas	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Profil Responden	72
4.2 Statistik Deskriptif.....	73
4.2.1 Analisis Deskriptif Purchase Decision	75
4.2.2 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i>	77
4.2.3 Analisis Deskriptif <i>Price</i>	79
4.2.4 Analisis Deskriptif <i>Promotion</i>	80
4.2.5 Analisis Deskriptif <i>Lifestyle</i>	82
4.2.6 Analisis Deskriptif Electronic Word of Mouth (E-WOM)	84
4.2.7 Analisis Deskriptif <i>Health Consciousness</i>	86
4.2.8 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	88
4.3 Analisis Inferensial	90
4.3.1 Evaluasi Outer Model	90
4.3.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	98
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	104
4.4 Analisis Importance-Performance Map	109
4.5 Diskusi.....	116
4.5.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Purchase Decision	117
4.5.2 Pengaruh <i>Price</i> terhadap Purchase Decision	118
4.5.3 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Purchase Decision	120
4.5.4 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Purchase Decision	122
4.5.5 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	124
4.5.6 Pengaruh <i>Health Consciousness</i> terhadap Purchase Decision	126
4.5.7 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Purchase Decision	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Implikasi Manajerial.....	132

5.3 Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	135
DAFTAR PUSTAKA.....	138



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk <i>Protein powder</i> I-CON Nutrition.....	3
Gambar 1. 2 Nilai pasar <i>protein powder</i> di seluruh dunia dari tahun 2022 hingga 2032 (dalam miliar dolar AS).....	4
Gambar 1. 3 Asia Pasifik dengan pertumbuhan pasar Whey Proten tercepat	5
Gambar 2. 1 Model Penelitian	41
Gambar 3. 2 Pengukuran Model Uji Pendahuluan.....	66
Gambar 4. 1 Outer Model Uji Aktual.....	91
Gambar 4. 2 Inner Model	106
Gambar 4. 3 Penjelasan Kuadran IPMA	111
Gambar 4. 4 Hasil IPMA Konstruk.....	112
Gambar 4. 5 Hasil IPMA Indikator	115

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Konseptual Definisi Operasional.....	46
Tabel 3. 2 Uji Studi Pendahuluan.....	68
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	70
Tabel 4. 1 Tabel Demografi Responden	73
Tabel 4. 2 Skala statistik deskriptif	74
Tabel 4. 3 Statistik deskriptif variabel purchase decision	76
Tabel 4. 4 Statistik deskriptif variabel product quality	78
Tabel 4. 5 Statistik deskriptif variabel price.....	80
Tabel 4. 6 Statistik deskriptif variabel promotion	82
Tabel 4. 7 Statistik deskriptif variabel lifestyle.....	83
Tabel 4. 8 Statistik deskriptif variabel electronic word of mouth (E-WOM)	85
Tabel 4. 9 Statistik deskriptif variabel health consciousness	87
Tabel 4. 10 Statistik deskriptif variabel service quality	89
Tabel 4. 11 Hasil Uji Convergent Validity	93
Tabel 4. 12 Evaluasi Discriminant Validity - Fornell-Larcker Criterion.....	95
Tabel 4. 13 Evaluasi Discriminant Validity - Heterotrait-Monotrait Ratio	96
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	100
Tabel 4. 16 Coefficient of determination	101
Tabel 4. 17 Effect Size	102
Tabel 4. 18 Nilai Q^2	104
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	105

Tabel 4. 20 Nilai Importance dan Performance Konstruk.....111

Tabel 4. 21 Nilai Importance dan Performance Indikator.....113



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUISIONER Uji PENDAHULUAN.....	A-1
LAMPIRAN B. HASIL EXCEL Uji PENDAHULUAN.....	B-1
LAMPIRAN C. OUTER LOADING Uji PENDAHULUAN.....	C-1
LAMPIRAN D. KUISIONER Uji AKTUAL	D-1
LAMPIRAN E. HASIL EXCEL Uji AKTUAL	E-1
LAMPIRAN F. OUTER LOADING Uji AKTUAL	F-1
LAMPIRAN G. INNER MODEL Uji AKTUAL.....	G-1
LAMPIRAN H. HASIL TURNITIN	H-1
LAMPIRAN I. JURNAL ACUAN PRIMER	I-1

