

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ORISINALITAS SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritik.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5 Tinjauan Pustaka .....	11
1.5.1 Landasan Teori.....	11
1.5.2 Kajian Empirik.....	28
1.5.3 Ringkasan Kajian Empirik.....	38
1.6 Hubungan Antar Variabel .....	49
1.7 Kerangka Pemikiran .....	54
1.8 Hipotesis.....	64
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	67
1.9.1 Definisi Konsep .....	67

1.9.2 Definisi Operasional.....	68
1.10.2 Objek Penelitian.....	71
1.10.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	71
1.10.4 Sumber Data .....	74
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	75
1.10.6 Skala Pengukuran.....	76
1.10.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	77
1.10.8 Teknik Analisis Data.....	79
<b>BAB II .....</b>	<b>82</b>
2.1 Sejarah PT. Paragon Technology and Innovation.....	82
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	83
2.3 Struktur Organisasi.....	85
2.4 Logo Objek Penelitian .....	86
2.5 Varian Produk <i>Skincare</i> Emina .....	86
<b>BAB III.....</b>	<b>88</b>
3.1 Hasil Uji Instrumen .....	88
3.1.1 Uji Validitas .....	89
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	92
3.2 Karakteristik Responden .....	93
3.2.1 Jurusan Kuliah Pelanggan .....	93
3.2.2 Angkatan Pelanggan.....	94
3.2.3 Intensitas Pelanggan Menggunakan Produk <i>Skincare</i> Emina.....	94
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	95
3.3.1 Analisis Statistik Variabel Kualitas Produk .....	96
3.3.2 Analisis Statistik Variabel Citra Merek.....	108
3.3.3 Analisis Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan .....	113
3.3.4 Analisis Statistik Variabel Niat Pembelian Ulang.....	119
3.4 Analisis Statistik Inferensial.....	127
3.4.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	127
3.4.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	132

3.4.3 Pengujian Hipotesis .....	135
<b>3.5 Pembahasan.....</b>	<b>141</b>
<b>1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....</b>	<b>141</b>
<b>2. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....</b>	<b>143</b>
<b>3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y).....</b>	<b>145</b>
<b>4. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) .....</b>	<b>147</b>
<b>5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y).....</b>	<b>149</b>
<b>6. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) melalui     Kepuasan Pelanggan (Z) .....</b>	<b>151</b>
<b>7. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) melalui     Kepuasan Pelanggan (Z) .....</b>	<b>152</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>153</b>
<b>4.1 Kesimpulan.....</b>	<b>153</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>154</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>162</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan <i>Review</i> Para Pelanggan Emina .....	5
Gambar 1.2 Top 10 <i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di E-Commerce.....	7
Gambar 1.3 Produk <i>skincare</i> Emina yang tidak diminati pelanggan .....	8
Gambar 1.4 Model Perilaku Konsumen .....	12
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran .....	55
Gambar 1.6 Model Penelitian Anggraini, <i>et al.</i> (2019) .....	57
Gambar 1.7 Model Penelitian Savitri dan Wardhana (2018).....	58
Gambar 1.8 Model Penelitian Syarifah dan Ali (2020) .....	58
Gambar 1.9 Model Penelitian Suastini dan Mandala (2019).....	59
Gambar 1.10 Model Penelitian Putri dan Ramli (2019) .....	60
Gambar 1.11 Model Penelitian Kesumahati dan Novianti (2021) .....	61
Gambar 1.12 Model Penelitian Abrori, <i>et al.</i> (2021) .....	61
Gambar 1.13 Model Penelitian Wibowo, <i>et al.</i> (2021) .....	62
Gambar 1.14 Model Penelitian Surya dan Kurniawan (2021).....	62
Gambar 1.15 Model Penelitian Girsang, <i>et al.</i> (2020).....	63
Gambar 1.16 Model Penelitian Tjahjono, <i>et al.</i> (2021).....	64
Gambar 1.17 Model Penelitian Dewi dan Ekawati (2019).....	64
Gambar 1.18 Model Hipotesis .....	65
Gambar 2.1 Logo Objek Penelitian .....	86
Gambar 3.1 Diagram Jalur dan Nilai <i>Loading Factor</i> .....	128
Gambar 3.2 Model PLS <i>Bootstrapping</i> .....	136

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Kajian Empirik .....	38
Tabel 1.2 Tabel Pendukung Hipotesis .....	65
Tabel 1.3 Skala Likert.....	76
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	90
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	90
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	91
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Niat Pembelian Ulang .....	91
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	92
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Kuliah .....	93
Tabel 3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Pelanggan .....	94
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Produk <i>Skincare Emina</i> .....	94
Tabel 3.9 Produk <i>Skincare Emina</i> dapat Memberikan Hasil yang Baik Terhadap Kulit Pelanggan .....	97
Tabel 3.10 Produk <i>Skincare Emina</i> Memiliki Daya Tahan yang Lama .....	98
Tabel 3.11 Produk <i>Skincare Emina</i> Memiliki Standart dan Kualitas Sesuai dengan Harapan Pelanggan .....	99
Tabel 3.12 Jenis Produk <i>Skincare Emina</i> Beragam .....	101
Tabel 3.13 Produk <i>Skincare Emina</i> dapat Diandalkan untuk mengatasi Permasalahan Kulit.....	102
Tabel 3.14 Produk <i>Skincare Emina</i> Memiliki Desain yang Menarik Bagi Pelanggan.....	104
Tabel 3.15 Produk <i>Skincare Emina</i> Memiliki Keunggulan Dibanding Merek Lain.....	105
Tabel 3.16 Rata-Rata Item Variabel Kualitas Produk .....	107
Tabel 3.17 Emina Merupakan Produk <i>Skincare</i> yang Terkenal .....	108

Tabel 3.18 Emina Merupakan Produk <i>Skincare</i> dengan Reputasi yang Baik Dimasyarakat .....	110
Tabel 3.19 Emina Adalah Produk <i>Skincare</i> yang Pelanggan Sukai .....	111
Tabel 3.20 Rata-Rata Item Variabel Citra Merek .....	113
Tabel 3.21 Produk <i>Skincare</i> Emina Memberikan Manfaat yang Memuaskan ...	114
Tabel 3.22 Kualitas Produk <i>Skincare</i> Emina Memuaskan .....	115
Tabel 3.23 Pelanggan Puas dengan Desain Produk <i>Skincare</i> Emina .....	117
Tabel 3.24 Rata-Rata Item Variabel Kepuasan Pelanggan .....	118
Tabel 3.25 Pelanggan Memiliki Niat Melakukan Pembelian Kembali Terhadap Produk <i>Skincare</i> Emina .....	120
Tabel 3.26 Pelanggan Berniat Merekomendasikan Produk <i>Skincare</i> Emina Kepada Orang Lain .....	121
Tabel 3.27 Pelanggan Berniat Menjadikan Produk <i>Skincare</i> Emina Pilihan Utama dalam Memilih <i>Skincare</i> .....	123
Tabel 3.28 Pelanggan Selalu <i>Update</i> Informasi Terkait Produk-Produk <i>Skincare</i> Emina .....	124
Tabel 3.29 Rata-Rata Item Variabel Niat Pembelian Ulang .....	126
Tabel 3.30 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	129
Tabel 3.31 <i>Cross Loading</i> .....	130
Tabel 3.32 <i>Composite Reliability</i> .....	132
Tabel 3.33 Koefisien Determinasi .....	133
Tabel 3.34 Hasil Pengujian Hipotesis .....	137

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	163
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Populasi Penelitian .....	169
Lampiran 3 Data Uji 30 Responden .....	176
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	179
Lampiran 5 Daftar Responden Penelitian .....	185
Lampiran 6 Tabulasi Jawaban Responden Penelitian .....	189
Lampiran 7 SmartPLS .....	205