

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	9
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
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	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
1.5 Kajian Pustaka	11
1.5.1 Kajian Teoritik	11
1.5.1.1 Perilaku Konsumen	11
1.5.1.2 Loyalitas Merek.....	12
1.5.1.3 Kepuasan Konsumen.....	14
1.5.1.3 Kualitas Produk	15
1.5.1.4 Harga	16
1.6 Kajian Empirik.....	17
1.7 Pengaruh Antar Variabel	41
1.8 Kerangka Pemikiran	44
1.9 Hipotesis	49
1.10 Definisi Konsep dan Operasional	50
1.10.1 Definisi Konsep.....	50
1.10.2 Definisi Operasional	51
1.10 Metode Penelitian	55

1.10.3	Tipe Penelitian	55
1.10.4	Ruang Lingkup.....	56
1.10.5	Lokasi Penelitian.....	56
1.10.6	Populasi dan Sampel	56
1.10.6.1	Populasi.....	56
1.10.6.2	Sampel	57
1.11	Jenis Data	58
1.11.1	Teknik Pengumpulan Data.....	59
1.11.2	Teknik Pengukuran Data.....	59
1.11.3	Uji Instrumen Penelitian	60
1.11.3.1	Uji Validitas	60
1.11.3.2	Uji Reliabilitas	61
1.11.4	Teknik Analisis Data.....	62
1.11.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	62
1.11.4.2	Analisis Statistik Inferensial	62
1.11.4.3	Uji Hipotesis	63
1.11.4.3.1	Uji t (t-test).....	63
BAB II.....		65
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN		65
2.1	Sejarah Perusahaan	65
2.2	Logo Perusahaan	65
2.3	Jenis produk	65
2.4	Akun Social Media.....	68
BAB III		69
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		69
3.1	Hasil Uji Instrumen	69
3.1.1	Hasil Uji Validitas	70
3.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	72
3.2	Karakteristik Responden	72
3.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
3.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
3.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	75
3.3.1	Analisis Statistik Variabel Kualitas Produk	76
3.3.2	Analisis Statistik Variabel Harga	82

3.3.3 Analisis Statistik Variabel Kepuasan Konsumen.....	88
3.3.4 Analisis Statistik Variabel Loyalitas Merek	94
3.4 Analisis Statistik Inferensial	100
3.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	100
3.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	104
3.4.3 Pengujian Hipotesis.....	107
3.5.1 Pembahasan.....	112
3.5.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) .	112
3.5.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z)	113
3.5.3 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Merek(Y)	114
3.5.4 Pengaruh Harga (X2) terhadap Loyalitas Merek(Y).....	114
3.5.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Merek(Y)	115
3.5.6 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Merek(Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	116
3.5.7 Pengaruh Harga (X2) terhadap Loyalitas Merek(Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	116
BAB IV	118
3.1 Kesimpulan	118
4.2 Saran.....	119

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Pemetaan Kajian Empirik	27
Tabel 1.2 Tabel Ringkasan.....	53
Tabel 1.3 Operasional Variabel.....	55
Tabel 1.4 Operasional Variabel.....	56
Tabel 1.5 Operasional Variabel.....	57
Tabel 1.6 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	71
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	72
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	72
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	72
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 3.8 Produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia memiliki kualitas yang nyaman untuk digunakan	77
Tabel 3.9 Produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia memiliki bentuk dan penampilan yang sesuai dengan manfaatnya.....	78
Tabel 3.10 Produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia memiliki desain yang menarik.....	80
Tabel 3.11 Produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia memiliki variasi yang beragam.....	81
Tabel 3.12 Rata-Rata <i>Item</i> Variabel Kualitas Produk.....	82
Tabel 3.13 Saya merasa harga produk sport accessories dan activewear happyfit indonesia tergolong wajar	84
Tabel 3.14 Saya merasa harga di produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia selevel dengan produk lain yang sejenis.....	85
Tabel 3.15 Saya merasa harga produk sport accessories dan activewear happyfit indonesia sesuai dengan produk yang diberikan	87
Tabel 3.16 Rata-Rata <i>Item</i> Variabel Harga	88
Tabel 3.17 Secara keseluruhan saya puas dengan produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia.....	89
Tabel 3.18 Produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia sesuai dengan harapan saya.....	91

Tabel 3.19 Menggunakan produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia merupakan pilihan yang tepat.....	92
Tabel 3.20 Rata-Rata <i>Item</i> Variabel Kepuasan Konsumen.....	93
Tabel 3.21 Saya selalu membicarakan hal positif mengenai produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia.....	95
Tabel 3.22 Saya merekomendasikan produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia kepada teman saya.....	96
Tabel 3.23 Saya berniat untuk membeli ulang produk sport accessories dan activewear happyfit Indonesia.....	98
Tabel 3.24 Rata-Rata <i>Item</i> Variabel Loyalitas Merek	99
Tabel 3.25 Hasil <i>Outer Loading</i>	101
Tabel 3.26 Cross Loading	102
Tabel 3.27 Composite Reliability	104
Tabel 3.28 Koefisien Determinasi.....	105
Tabel 3.29 Hasil Pengujian Hipotesis	108

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Rating Toko Happy Fit dari Shopee.....	11
Gambar 1.2 Rating Toko Pesaing Happy Fit dari Shopee	12
Gambar 1.3 Rating Toko Pesaing Happy Fit dari Shopee	12
Gambar 1.4 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	13
Gambar 1.5 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	13
Gambar 1.6 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	13
Gambar 1.7 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	14
Gambar 1.8 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	14
Gambar 1.9 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	14
Gambar 1.10 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	15
Gambar 1.11 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	15
Gambar 1.12 Ulasan Produk Happy Fit dari Shopee	15
Gambar 1.13 Model Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 1.14 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 1.15 Model Penelitian Terdahulu	51
Gambar 1.16 Model Penelitian Terdahulu	52
Gambar 1.17 Model Penelitian Terdahulu	52
Gambar 1.18 Model Penelitian Terdahulu	53
Gambar 1.19 Model Penelitian Terdahulu	53
Gambar 1.20 Model Penelitian Terdahulu	53
Gambar 1.21 Model Penelitian Terdahulu	54
Gambar 1.22 Model Penelitian Terdahulu	54
Gambar 1.23 Model Penelitian Terdahulu	54
Gambar 1.24 Model Penelitian Terdahulu	55
Gambar 1.25 Model Penelitian	55
Gambar 1.18 Model Hipotesis	56
Gambar 2.2 Logo Perusahaan	71
Gambar 2.3 Activewear	72
Gambar 2.4 Yoga Mat.....	72
Gambar 2.5 Yoga dan Pilates Accessories.....	73
Gambar 2.5 GYM dan Fitness Accessories	73
Gambar 2.6 Accessories.....	74

Gambar 3.1 Diagram Jalur dengan Nilai <i>Loading Factor</i>	106
Gambar 3.2 Model PLS <i>Bootstrapping</i>	113

