

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SKRIPSI BERJUDUL	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
BAB II	17
A. Landasan Teori.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Hubungan Antar Variabel.....	30
D. Kerangka Konseptual	33
E. Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....	35
A. Rancangan Penelitian.....	35
B. Objek dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi	36
D. Sampel dan Teknik Sampling	36
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	37
F. Definisi Operasional Variabel.....	39

G.	Jenis dan Sumber Data	42
H.	Prosedur Pengambilan Data.....	43
I.	Skala Pengukuran Variabel.....	44
J.	Uji Instrumen	44
K.	Teknik Analisis Data	51
BAB IV	60
A.	Hasil Penelitian	60
B.	Pembahasan	80
BAB V	85
A.	Kesimpulan	85
B.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Miniso	7
Tabel 1.2 Perbandingan Harga dengan Pesaing	8
Tabel 1.3 Perbandingan Social Media Pesaing	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Skala Likert	44
Tabel 3.3 Hasil Nilai Loading Factor	46
Tabel 3.4 Hasil Nilai Cross Loading.....	48
Tabel 3.5 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	49
Tabel 3.6 Hasil Nilai Composite Reliability	50
Tabel 3.7 Hasil Nilai Cronbach's Alpha.....	51
Tabel 3.8 Rule of Thumb Inner Model	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut	63
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel.....	65
Tabel 4.6 Hasil Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.7 Hasil Mean Variabel Harga.....	66
Tabel 4.8 Hasil Mean Variabel Social Media Marketing	67
Tabel 4.9 Hasil Mean Variabel Brand Image.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji R-Square	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Q-Square	72
Tabel 4.12 Hasil Uji R-Square dan AVE	73
Tabel 4.13 Hasil Path Coefficient	75
Tabel 4.14 Hasil Uji T-Statistic dan P-Value.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Mediasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Indeks Pasar Retail Terbesar Kearney 2021	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Top Brand Index Miniso 2019 – 2023	5
Gambar 3.1 Pengujian Outer Model SmartPLS 4.0.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Kuesioner Google Form	97
Lampiran 3. Tabulasi Data 30 Responden	105
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	108
Lampiran 5. Tabulasi Data 113 Responds.....	111
Lampiran 6. Hasil Analisis Data (Inner Model).....	126