

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	12
1. <i>Repeat Puchase Intention</i> .....	12
2. <i>Brand Trust</i> .....	14
3. <i>Perceived Value</i> .....	17
4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran .....	27
D. Hubungan antar Variabel.....	28
E. Hipotesis Penelitian.....	31

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Rancangan Penelitian .....	33
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	34
C. Populasi .....	34
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	35
E. Jenis Data Penelitian .....	36
F. Prosedur Pengambilan Data .....	37
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	38
H. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	39
I. Uji Instrumen.....	47
J. Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
A. Landasan Teori .....	57
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	57
2. Analisis Deskriptif Variabel .....	60
B. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	65
1. Pembuatan Model Struktural dan Model Pengukuran.....	65
2. Analisis Model Pengukuran atau Outer Model .....	66
3. Analisis Model Struktural atau Inner Model .....	70
C. Hasil Pengujian Hipotesis .....	72
D. Pembahasan .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Konsumsi Mie Instan Terbanyak .....	2
Gambar 1.2 Konsumsi Mie Instan Indonesia (Periode 2014-2022).....	3
Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi Lemonilo .....	5
Gambar 1.4 Data Penjualan Mie Instan di Shopee dan Tokopedia Periode 17-31 Januari 2022 .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Interval Skala Likert.....	37
Tabel 3. 2 Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden.....	38
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 4 Ukuran Validitas .....	47
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 3. 7 Interval Batasan Kelas .....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Setiap Bulan .....	59
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Brand Trust.....	60
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Perceived Value.....	62
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Repurchase Intention .....	63
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel Customer Satisfaction.....	64
Tabel 4. 9 Nilai Outer Loading dan AVE .....	67
Tabel 4. 10 Nilai Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion).....	69
Tabel 4. 11 Nilai Cross Loading .....	69
Tabel 4. 12 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	70
Tabel 4. 13 Nilai R Square .....	71
Tabel 4. 14 Nilai Variance Inflation Factors.....	72
Tabel 4. 15 Mean, T-Statistics, dan P-Values .....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran II Reakpitulasi Data 30 Responden.....	96
Lampiran III Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden.....	104
Lampiran IV Tabulasi Data 169 Responden.....	108
Lampiran V Analisis Data 169 Responden.....	142