

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori.....	11
1.5.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Direncanakan).....	12
1.6 Hipotesis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19

2.1 <i>Price Perception</i> (Persepsi Harga).....	19
2.1.1 Pengertian <i>Price Perception</i> (Persepsi Harga).....	19
2.1.2 Fungsi Harga	20
2.1.3 Tujuan Penetapan Harga	20
2.1.4 Macam – Macam Harga	21
2.1.5 Dimensi Persepsi Harga	22
2.1.6 Indikator Persepsi Harga	23
2.2 Loyalitas Konsumen.....	23
2.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	23
2.2.2 Jenis Loyalitas Konsumen.....	25
2.2.3 Tahapan Menuju Pelanggan yang Loyal	26
2.2.4 Indikator Loyalitas Konsumen.....	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Metode Penelitian.....	34
3.2 Objek Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	37
3.5 Teknik pengumpulan Data	37
3.5.1 Kuesioner	37
3.6 Variabel Penelitian	38
3.7 Definisi Konseptual.....	39
3.8 Definisi Operasional.....	41
3.9 Uji Instrumen Penelitian	43
3.9.1 Uji Validitas.....	43

3.9.2 Uji Reabilitas.....	44
3.10 Teknik Analisis Data	45
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	45
3.10.2 Analisis Korelasi Product Moment	45
3.10.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	46
3.11 Uji Hipotesis.....	47
3.11.1 Uji Signifikasi (Uji T)	47
3.11.2 Uji R ² Square (Koefisien Determinasi).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2 Hasil Uji Instrumen	50
4.2.1 Hasil Uji Validitas	50
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	52
4.3 Hasil Analisis	53
4.3.1 Statistik Deskriptif	53
4.3.1.2 Analisis Variabel (X) <i>Price Perception</i>	58
4.3.1.3 Analisis Variabel (Y) Loyalitas Konsumen.....	67
4.4 Pembahasan	77
4.4.1 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	77
4.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	79
4.4.3 Uji T (Uji Persial)	80
4.4.4 Koefisien R <i>Square</i>	81
4.4.5 Pembahasan	82
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91

5.2	Saran.....	93
	DAFTAR PUSTAKA.....	95
	LAMPIRAN.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat penjualan produk kecantikan di e-commerce Indonesia.	18
Gambar 1.2 Grafik brand skincare local terlaris di e-commerce	20
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	24

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Model Skala Likert.....	45
Tabel 3.2 Definisi Konseptual.....	46
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	48
Tabel 3.4 Analisis Interpretasi Nilai.....	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y).....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Price Perception (X).....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
Tabel 4.8 Interval Variabel Price Perception.....	63
Tabel 4.9 Pendapat Responden Indikator Keterjangkauan Harga.....	64
Tabel 4.10 Pendapat Responden Indikator Daya Saing Harga.....	65
Tabel 4.11 Pendapat Responden Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas ..	67
Tabel 4.12 Pendapat Responden Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat ..	68
Tabel 4.13 Interval Variabel Dependen Loyalitas Konsumen.....	70
Tabel 4.14 Pendapat Responden Indikator Melakukan Pembelian Secara Teratur	71
Tabel 4.15 Pendapat Responden Indikator Membeli Antar Lini Produk dan Jasa	72
Tabel 4.16 Pendapat Responden Indikator Mereferensikan Pada Orang Lain.....	73

Tabel 4.17 Pendapat Responden Indikator Menunjukkan Kekebalan Daya Tarik Produk Yang Sejenis	75
Tabel 4.18 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Product Moment Correlation	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	80
Tabel 4.21 Hasil Koefisien R Square	81