

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN UNTUK TESIS MAHASISWA MM UNTAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Ruang Lingkup	6
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	12
B. Kaitan Antar Variabel	17
C. Penelitian Terdahulu	20
D. Kerangka Pemikiran	31
E. Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Periode Penelitian	34
B. Sumber dan Pengumpulan Data	35
C. Populasi dan Metode Pemilihan Sampel	36
D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	40
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
F. Teknik Analisis Data	44
G. Pengujian Hipotesis Penelitian	
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Responden	45
B. Deskripsi Objek Penelitian	48
C. Hasil Analisis Data	53
D. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	74
B. Implikasi Manajerial	75
C. Saran untuk Peneliti Berikutnya	77
DAFTAR KEPUSTAKAAN	79
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian	32
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Metode <i>Blindfolding</i>	60
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Metode <i>PLS Algorithm</i>	62
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Metode <i>Bootstrapping</i>	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi DKI Jakarta, 2020	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	37
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan	37
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel <i>Word-of-Mouth</i>	38
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	38
Tabel 3.5	Operasionalisasi Variabel <i>Adjusted Expectations</i>	39
Tabel 3.6	Operasionalisasi Variabel Intensi Membeli Kembali	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	47
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pemakaian	47
Tabel 4.5	Merek Produk Kecantikan Lokal yang Paling Banyak Dibeli	48
Tabel 4.6	Merek Produk Kecantikan Lokal yang Paling Banyak Dibeli	49
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Variabel Kepuasan konsumen	50
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Variabel Kepercayaan	50
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Variabel <i>Word-of-Mouth</i>	51
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	52
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Variabel <i>Adjusted Expectation</i>	52
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Variabel Intensi Membeli Kembali	53
Tabel 4.13	Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	54

Tabel 4.14	Hasil Analisis <i>Factor Loadings</i>	55
Tabel 4.15	Hasil Analisis kriteria <i>Fornell-Larcker</i>	56
Tabel 4.16	Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	57
Tabel 4.17	Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.19	Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	60
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> (GoF)	61
Tabel 4.21	Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	62
Tabel 4.22	Uji t atau Uji Signifikansi	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2	Karakteristik Responden	86
Lampiran 3	Deskripsi Objek Penelitian	89
Lampiran 4	Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	95
Lampiran 5	Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	98