

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii	
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv	
ABSTRACT	v	
ABSTRAK	vi	
KATA PENGANTAR	vii	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	ix	
DAFTAR ISI	x	
DAFTAR TABEL	xiii	
DAFTAR GAMBAR	xiv	
DAFTAR LAMPIRAN	15	
BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1.	Latar Belakang Masalah	1
1.2.	Perumusan Masalah	8
1.3.	Tujuan Penelitian	9
1.4.	Manfaat Penelitian	10
BAB II	TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
PENELITIAN		9
2.1.	Telaah Pustaka	9
2.1.1.	Repurchase intention	9
2.1.2.	Keputusan pembelian	11
2.1.3.	Brand image	13
2.1.4.	Perceived price	16
2.2.	Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1.	Pengaruh Brand image terhadap Keputusan pembelian	17
2.2.2.	Pengaruh Perceived price terhadap Keputusan pembelian	18
2.2.3.	Pengaruh Brand image terhadap Repurchase intention	19

2.2.4.	Pengaruh Perceived price terhadap Repurchase intention	19
2.2.5.	Pengaruh Keputusan pembelian terhadap Repurchase intention _____	20
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis _____	20
BAB III	METODE PENELITIAN _____	33
3.1.	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional _____	33
3.1.1.	Definisi Konseptual Variabel _____	33
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Pengukuran	34
3.2.	Populasi dan Sampel _____	35
3.3.	Jenis Dan Sumber Data _____	35
3.4.	Metode Pengumpulan Data _____	35
3.5.	Skala Pengukuran Data _____	36
3.6.	Metode Analisis Data _____	36
3.6.1.	Inner Model _____	36
3.6.2.	Outer Model _____	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN _____	41
4.1.	Karakteristik Responden _____	41
4.1.1.	Jenis Kelamin Responden _____	41
4.1.2.	Usia Responden _____	41
4.1.3.	Pendapatan Responden _____	42
4.1.4.	Pekerjaan Responden _____	42
4.1.5.	Frekuensi Pembelian Responden _____	43
4.1.6.	Pendidikan Terakhir Responden _____	43
4.2.	Analisis Kuantitatif _____	44
4.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas _____	44
4.2.2.	Structural Equation Modelling dengan Partial Least Square _____	47
4.2.3.	Pengujian Hipotesis _____	49
4.2.4.	Pengujian Efek Mediasi _____	51
4.3.	Pembahasan _____	55
4.3.1.	Pengaruh Brand image terhadap Keputusan pembelian ____	55

4.3.2.	Pengaruh Perceived price terhadap Keputusan pembelian	55
4.3.3.	Pengaruh Brand image terhadap Repurchase intention	56
4.3.4.	Pengaruh Perceived price terhadap Repurchase intention	57
4.3.5.	Pengaruh Keputusan pembelian terhadap Repurchase intention	57
BAB V	PENUTUP	67
5.1.	Kesimpulan	67
5.2.	Implikasi Manajerial	68
5.3.	Keterbatasan Penelitian	68
5.4.	Agenda Penelitian Yang akan Datang	69
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		71