

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Theory of Planned Behaviour (TPB)	19
2.1.2 Error! Bookmark not defined.	
2.1.3 25	
2.1.4 Kepercayaan Merek (Brand Trust).....	27
2.1.5 Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)	28
2.1.6 30	
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Hubungan 39 dengan Kepuasan Pelanggan.....	36

2.3.2	Hubungan Error! Bookmark not defined. dengan Kepuasan Pelanggan 37	
2.3.3	Hubungan Kepercayaan Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	39
2.3.4	Hubungan 43 dengan <i>Repurchase Intention</i>	41
2.3.5	Hubungan Error! Bookmark not defined. dengan <i>Repurchase Intention</i>	42
2.3.6	Hubungan Kepercayaan Merek dengan Error! Bookmark not defined.	
2.3.7	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan 44	
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	47
BAB III.....		48
METODOLOGI PENELITIAN.....		48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1	Variabel Penelitian	48
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2	Populasi dan Sampel	50
3.2.1	Populasi.....	50
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	51
3.3.1	Jenis Penelitian.....	51
3.3.2	Sumber Data.....	52
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	Kuesioner	53
3.5	Metode Analisis Data.....	54
3.5.1	Uji Validitas	54
3.5.2	Uji Reliabilitas	55
3.5.3	Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV		61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1	Gambaran Umum Luxcrime	61
4.1.2	VISI.....	63
4.1.3	MISI	63
4.1.4	Gambaran Umum Responden	63

4.1.5	Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.1.6	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.7	Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.1.8	Rata-rata Pengeluaran Per bulan Untuk Berbelanja Produk Kecantikan dan Perawatan Wajah	66
4.1.9	Frekuensi Pembelian Produk Luxcrime Dalam 1 Bulan.....	67
4.2	Uji Instrumen	68
4.2.1	Normalitas Data	70
4.2.2	Uji 68	
4.2.3	Uji 69	
4.2.4	Uji Nilai Residual.....	72
4.3	Analisis 71	
4.3.1	71	
4.3.2	Uji CFA Variabel Eksogen	74
4.3.3	Uji CFA Variabel Endogen.....	77
4.3.4	77	
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis	82
4.5	Analisis 83	
4.6	Interpretasi Hasil	87
BAB V.....		90
PENUTUP.....		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Implikasi Teoritis	92
5.3	Implikasi Manajerial	94
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	95
5.5	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		103