

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....	14
2.1 Telaah Pustaka Awal .....	14
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	14
2.1.2 <i>Social Influence Theory</i> .....	15
2.1.3 <i>Perceived Uniqueness</i> .....	17
2.1.4 <i>Perceived Quality</i> .....	17
2.1.5 <i>Source Credibility</i> .....	18
2.1.6 <i>Intention to Recommend</i> .....	19
2.1.7 <i>Opinion Leadership</i> .....	20
2.1.8 <i>Behavioral Engagement</i> .....	21
2.1.9 <i>Repurchase Intention</i> .....	22
2.2 Pengembangan Hipotesis dan Penelitian Terdahulu .....	22
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Uniqueness</i> terhadap <i>Opinion Leadership</i> .....	22
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap	

	<i>Opinion Leadership</i> .....	24
2.2.3	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Behavioral Engagement</i> .....	25
2.2.4	Pengaruh <i>Source Credibility</i> terhadap <i>Behavioral Engagement</i> .....	27
2.2.5.0	Pengaruh <i>Opinion Leadership</i> terhadap <i>Intention to Recommend</i> .....	28
2.2.6	Pengaruh <i>Intention to Recommend</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	29
2.2.7	Pengaruh <i>Opinion Leadership</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	31
2.2.8	Pengaruh <i>Behavioral Engagement</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	33
2.3	Rencana Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1	Jenis Penelitian & Sumber Data .....	37
3.2	Populasi dan Sampel .....	37
3.2.1	Populasi .....	37
3.2.2	Sampel .....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Kuesioner .....	38
3.3.2	Studi Kepustakaan .....	39
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Pengembangan Indikator .....	39
3.5	Teknik Analisis .....	42
3.5.1	Tahapan Dalam Analisis.....	42
3.6	Uji Kesesuaian dan Uji Statistik .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b> .....	51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2	Deskripsi Umum Responden .....	51
4.2	Analisis SEM .....	55

4.3	Analisis Deskriptif .....	66
4.4	Pengujian Asumsi SEM.....	75
4.5	Pengujian Kelayakan Model Penelitian .....	78
4.6	Pengujian Hipotesis.....	81
4.7	Analisis Pengaruh .....	85
4.8	Pembahasan .....	87
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>97</b>
5.1	Kesimpulan.....	97
	5.1.1 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	97
5.2	Implikasi Teoritis .....	99
5.3	Implikasi Manajerial .....	100
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang .....	101
5.5	Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	102
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>169</b>

