

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Keragaman Produk	9
2.1.1 Indikator Keragaman Produk	10
2.2 Kualitas Produk	11
2.2.1 Definisi Kualitas Produk	11
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	11
2.3 Harga	12
2.3.1 Definisi Harga	12
2.3.2 Konsep Harga	12
2.3.3 Dimensi dan Indikator Harga	12
2.3.4 Metode Penetapan Harga	13
2.3.5 Tujuan Penetapan Harga	14
2.4 Kepuasan Pelanggan	14
2.4.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	14
2.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	14
2.5 Niat Beli Ulang	15
2.5.1 Definisi Niat Beli Ulang	15
2.6 Penelitian Terdahulu	16
2.7 Hubungan Antar Variabel	21
2.7.1 Hubungan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ...	21

2.7.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.7.3 Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.7.4 Hubungan Keragaman Produk terhadap Niat Beli Ulang	21
2.7.5 Hubungan Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang	21
2.7.6 Hubungan Harga Produk terhadap Niat Beli Ulang	22
2.7.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang	22
2.8 Hipotesis Penelitian	23
2.9 Model Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	26
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Unit Analisis	28
3.7 Definisi Operasional Variabel	28
3.7.1 Variabel Independen	29
3.7.1.1 Keragaman Produk (X_1)	29
3.7.1.2 Kualitas Produk (X_2)	29
3.7.1.3 Harga (X_3)	29
3.7.2 Variabel Intervening	29
3.7.2.1 Kepuasan Pelanggan (Z)	29
3.7.3 Variabel Dependen	30
3.7.3.1 Niat Beli Ulang (Y)	30
3.8 Dimensi dan Indikator Variabel	30
3.9 Teknik Analisis Data	32
3.10 Analisis Model SEM-PLS	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
4.1 Karakteristik Responden	34
4.2 Hasil Penelitian Menggunakan SEMPLS	38
4.3 Pembuatan Model Pengukuran (Outer Model)	38
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	39
4.3.1.1 Convergent Validity	39
4.3.1.2 Analisis Validitas Konvergen	41
4.3.1.3 Analisis Composite Reliability	41
4.3.1.4 Analisis Cronbach Alpha	42
4.3.1.5 Analisis Validitas Diskriminan	42

4.4 Analisis Model Struktur.....	43
4.4.1 Hasil R Square	44
4.4.2 Signifikansi Path Coefficien.....	45
BAB V PEMBAHASAN.....	47
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	47
5.1.1 Hubungan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ...	47
5.1.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	47
5.1.3 Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
5.1.4 Hubungan Keragaman Produk terhadap Niat Beli Ulang	47
5.1.5 Hubungan Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang.....	48
5.1.6 Hubungan Harga terhadap Niat Beli Ulang	48
5.1.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang.....	48
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	49
6.1 Kesimpulan	49
6.2 Saran.....	49
6.3 Implikasi Penelitian	50
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	50
6.3.2 Implikasi Praktis	50
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Dunia dan Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Merek Kosmetik Impor di Indonesia	3
Tabel 1.3 Data Top Brand Index	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator	30
Tabel 4.1 Hasil <i>Outer Loading (Convergen Validity)</i>	40
Tabel 4.2 Hasil AVE Variabel Laten.....	41
Tabel 4.3 <i>Composite Reliability</i>	41
Tabel 4.4 <i>Cronbach's Alpha</i>	42
Tabel 4.5 Hasil Validitas Diskriminan.....	43
Tabel 4.6 Hasil <i>R Square</i>	44
Tabel 4.7 Hasil <i>Path Coefficient</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian 24
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia 35
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan..... 36
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 36
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Wilayah Pembelian Produk..... 37
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Setahun.... 37
Gambar 4.6 Model pengukuran..... 44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 55
Lampiran 2 Karakteristik Responden 59
Lampiran 3 Tabulasi Data 220 Responden 60
Lampiran 4 Output SmartPLS 66

