

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 Teori Terkait Variabel Penelitian .....	7
2.1.1 Pengertian Niat Beli Ulang.....	7
2.1.1.1 Indikator Pengukuran Niat Pembelian Ulang.....	7
2.1.1.2 Indikator Pengukuran Niat Beli Ulang.....	8
2.1.1.3 Faktor-faktor Dalam Niat Beli Ulang.....	8
2.1.1.4 Faktor- faktor Dalam Niat Beli Ulang.....	8
2.1.1.5 Dimensi Niat Beli Ulang .....	10
2.1.2 Pengertian Kelompok Referensi.....	11
2.1.2.1 Indikator Pengukuran Kelompok Referensi .....	11
2.1.2.2 Faktor-Faktor Dalam Kelompok Referensi .....	12
2.1.2.3 Faktor-faktor Dalam Kelompok Referensi.....	12
2.1.2.4 Dimensi Kelompok Referensi .....	13
2.1.2.5 Jenis-jenis Kelompok Referensi .....	13
2.1.3 Pengertian Sikap Konsumen.....	14
2.1.3.1 Faktor-faktor Dalam Sikap Konsumen.....	14
2.1.3.2 Komponen Dalam Sikap Konsumen .....	15
2.1.3.3 Karakteristik Sikap Konsumen.....	15

2.1.4	Pengertian Kualitas Produk .....	16
2.1.4.1	Faktor-faktor Dalam Kualitas Produk .....	16
2.1.4.2	Faktor-faktor Dalam Kualitas Produk .....	17
2.1.4.3	Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	22
2.3.1	Hubungan Kelompok Referensi Terhadap Niat Beli Ulang.....	22
2.3.2	Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang.....	23
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang .....	23
2.4	Hipotesis Penelitian .....	24
2.5	Model Penelitian.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Desain Penelitian .....	25
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.2.1	Jenis Data.....	25
3.2.2	Sumber Data .....	26
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.3.1	Populasi .....	26
3.3.2	Sampel .....	27
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4	Unit Analisis.....	28
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	28
3.5.1	Variabel Dependen (Y).....	28
3.5.1.1	Variabel Niat Beli Ulang (Y) .....	29
3.5.2	Variabel Independen (X) .....	29
3.5.2.1	Variabel Kelompok Referensi (X <sub>1</sub> ) .....	30
3.5.2.2	Variabel Sikap Konsumen (X <sub>2</sub> ).....	31
3.5.2.3	Variabel Kualitas Produk (X <sub>3</sub> ).....	32
3.6	Teknik Analisis Data .....	33
3.6.1	Uji Validitas.....	33
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.6.3	Regresi Linear Berganda .....	34
3.6.4	Uji t.....	35
3.6.5	Uji F.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.2	Identitas Responden.....	36

4.2	Hasil Uji Instrumen .....	39
4.2.1	Uji Validitas.....	39
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.3	Data Deskriptif Statistik .....	45
4.4	Uji Hipotesis .....	52
4.4.1.1	Analisis Regresi Linear Berganda Model 1.....	52
4.4.1.2	Uji F.....	53
4.4.1.3	Uji t.....	54
4.4.1.4	Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	56
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
5.1	Pengaruh Kelompok Referensi ( $X_1$ ) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	58
5.2	Pengaruh Sikap Konsumen ( $X_2$ ) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	58
5.3	Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	59
5.4	Temuan Penelitian .....	60
5.5	Keterbatasan Penelitian .....	60
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>61</b>
6.1	Kesimpulan.....	61
6.2	Saran .....	61
6.3	Implikasi Penelitian .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No.</b>	<b>Nama Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Tabel Top Brand Index Wardah 2019 .....	1
1.2	Tabel Top Brand Index Wardah 2018 .....	2
1.3	Tabel Top Brand Index Wardah 2017 .....	2
2.1	Tabel Hasil Penelitian Terdahulu .....	18
3.1	Tabel Ukuran Skala Likert.....	26
3.2	Tabel Operasioanal Variabel Niat Beli Ulang .....	29
3.3	Tabel Operasional Variabel Kelompok Referensi .....	30
3.4	Tabel Operasional Variabel Sikap Konsumen.....	31
3.5	Tabel Operasional Variabel Kualitas Produk .....	32
3.6	Tabel <i>Nilai Alpha Croncbach</i> .....	34
4.1	Tabel Responden Berdasarkan JenisUsia .....	37
4.2	Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
4.3	Tabel Responden Berdasarkan Pemakaian ProdukWardah.....	38
4.4	Tabel Responden Berdasarkan ProdukWardah yang diminati .....	38
4.5	Tabel Responden Berdasarkan Penggunaan kosmetik lain .....	39
4.6	Tabel Uji Validitas Kelompok Referensi .....	40
4.7	Tabel Uji Validitas Sikap Konsumen .....	41
4.8	Tabel Uji Validitas Kualitas Produk.....	42
4.9	Tabel Uji Validitas Niat Beli Ulang .....	44
4.10	Tabel Uji Reliabilitas 4 Variabel Penelitian .....	45
4.11	Tabel Skala Pengukuran Nilai Indeks .....	46
4.12	Tabel Analisis Deskriptif Niat Beli Ulang.....	47
4.13	Tabel Analisis Deskriptif Kelompok Referensi.....	48
4.14	Tabel Analisis Deskriptif Sikap Konsumen .....	49
4.15	Tabel Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	51
4.16	Tabel Hasil Uji F .....	53
4.16	Tabel Hasil Uji t.....	55
4.17	Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	55
4.18	Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56

**DAFTAR GAMBAR**

<b>No.</b>	<b>Nama Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Gambar Model Penelitian.....	24
4.1	Gambar Model 1.....	53

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No.</b>	<b>Nama Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Penelitian .....	67
2	Data Karakteristik 30 Responden.....	72
3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	84
4	Data Tabulasi 235 Responden.....	90
5	Regresi Linear Berganda.....	110